



CORD HENNING
LABUHN

DJ-KULTUR IN
DER DIGITALEN
REVOLUTION

CORD HENNING
LABUHN

DJ-KULTUR IN
DER DIGITALEN
REVOLUTION

EINE EMPIRISCHE ANALYSE AUF
GRUNDLAGE DER PANEL-STUDIE
DJ SURVEY

IMPRESSUM & CREDITS

2012, Cord Henning Labuhn
erscheint unter CREATIVE COMMONS Lizenz



GESTALTUNG & LAYOUT :

Gerrit Hoffschulte (www.gramufon.de)

UNTERSTÜTZT VON :

Berlin Mitte Institut (www.berlin-mitte-institut.de)

Bundesverband Discjockey e.V.

Humboldt Universität Berlin

Goethe Institut

& meiner geliebten Familie



ÜBER DEN AUTOR

Cord Henning Labuhn, geboren 1984 in Lüdenscheid, lernt als Kind verschiedene Instrumente kennen, legt etwas später im Club oder im Radio auf und veröffentlicht als Musiker/Produzent Schallplatten, MP3s und CDs in unterschiedlichen Genres wie HipHop, House oder Electronica. Im Rahmen seines Studiums der Sozialwissenschaften und der Musikwissenschaft an der Humboldt Universität Berlin forschte er in verschiedenen Projekten auch von akademischer Seite zu Themen wie Groove, HipHop- und DJ-Kultur.

Als eine Hälfte des Berliner Produzenten&DJ-Duos „Robosonic“ bringt er seit 2006 durch zahllose Auftritte und Veröffentlichungen einem internationalen Publikum ihre Spielart der elektronischen Tanzmusik nahe (www.robosonic.cc / www.berlin-kreuzberg-institut.com). Unter seinem Vornamen „Cord“ widmet er sich weiteren künstlerischen und musikalischen Vorlieben.

Mit der Firma „WHITE LABEL – music for corporate affairs & private pleasure“ beliefert und berät er Firmenkunden in Fragen der Musikgestaltung.

Mit seiner Firma PUNCHI PUNCHI vermarktet er zudem den multifunktionalen Handtuch-Schal namens „Punchi“ als Produktinnovation für Sport, Musik und Mode.

www.cordlabuhn.com

DJ-KULTUR
IN DER DIGITALEN
REVOLUTION

INHALT

Vorwort	10	3.1.3 Prozesse der Technisierung (Habitualisierung vs. Algorithmisierung)	68
1 .		3.2 Kommunikation und Konsum des DJs im digitalen Zeitalter	71
EINLEITUNG & FORSCHUNGSINTERESSE	15	3.2.1 Präsentation und Information	71
2 .		3.2.2 Konsum	73
THEORIE	21	3.2.3 Von der analogen zur digitalen DJ-Promotion	75
2.1 Forschungsstand	22	3.3 Die Konfliktlinie: Analog – Digital / Tradition – Innovation	77
2.2 Definition : DJ – Rollenzuschreibungen zwischen Künstler und Dienstleister	22	3.3.1 Der rationale Faktor	78
2.3 Theoretische Bezüge aus Musik- und Techniksoziologie	25	3.3.2 Der Faktor Akzeptanz	87
2.4 Definition : Technik, Techniken und Technologie	29	3.3.3 Authentizität und der Kult-Faktor Vinyl	88
2.5 Die digitale Revolution und ihre sozio-technischen Voraussetzungen	32	4 .	
2.5.1 Informationszeitalter und Netzwerkgesellschaft	34	EMPIRIE	97
2.5.2 Die Digitalisierung der Musik	36	4.1 Hypothesen zum Wandel der DJ-Kultur	98
2.5.3 Zur Umwälzung des Kulturverhaltens durch die digitale Mediamorphose	39	4.2 Methode und Datenbasis	100
3 .		4.3 Beschreibung der Stichprobe DJ SURVEY 2006	104
ANALYSE	45	4.4 Ergebnisse der Panel-Analyse : Vergleich 2006 / 2008	108
3.1 Die Technik- und Mediengeschichte des DJing	46	4.5 Polarisierung: Analog – Digital / Tradition – Innovation	123
3.1.1 Vorgeschichte	46	5 .	
3.1.2 Die Entwicklung der Handlungs- und Sachtechniken des DJing	50	FAZIT & AUSBLICK	125
		6 .	
		LITERATUR	135
		Literaturliste	136
		Digitale Quellen	142

VORWORT

Wo analoge Tradition auf digitale Veränderung trifft gibt es seit Jahren Streit, Kompromisse, inspirierte Zusammenarbeit, Gewinner, Verlierer, Banausen und Hassprediger. Diese Beobachtung war schon im Jahre 2006 Initialzündung für ein Forschungsprojekt über die Veränderungen in der DJ-Kultur. Heute kann ein DJ im Idealfall frei entscheiden auf welcher Seite er steht, ebenso sein Publikum oder ein Label, das Musik veröffentlicht. Allerdings ist das durch den Einmarsch von Computertechnologie und Informationstechnik eine ziemlich unübersichtliche Angelegenheit geworden. Aus Verwirrung und Angst vor dem Fremden, flüchten sich bestimmte Teile der DJ-Bevölkerung laut schreiend in eines der Lager. Hat das Tradition? Ist das ein Fortschritt?

Nun stehen dem DJ schon haufenweise Gerätschaften, Apps und Gadgets zur Verfügung. Ein Vinylmarkt existiert, hat sich aber auf eine Nische in der Nische zusammengeschrumpft. Und dank social media kann man sich auch als respektierter Veteran in Hochgeschwindigkeit mit Respektlosigkeiten zum heiklen Thema an den Pranger stellen.

Man könnte auch meinen es sei alles gesagt. Das "real DJs play vinyl"-Dogma ist nicht nur staubig, sondern surreal geworden, Shops für digitale DJ-Musik schiffen Millionen Musiktitel durch die Welt, exklusive Promos gibt es vorab per E-Mail, nur noch selten als Testpressung.

DJ-Performances am Laptop wirken unglamourös, weil alltäglich aber sie müssen deshalb nicht schlechter sein als das durchschaubare Werk eines mittelmäßigen Schallplattendrehers.

Der Frischhaltefaktor einer Neuveröffentlichung geht grundsätzlich gegen Null und ein DJ muss nicht mehr aus 100 Scheiben, die besten 5 herauspicken, sondern aus den 500 Dateien die besten 10. Man sucht also heute mehr Nadeln in einem rasant größer werdenden Heuhaufen.

Für Musikliebhaber klingt das erstmal nicht so schlecht. Mehr Musik ist verfügbar und ich brauche mich nicht zu einigen wenigen Stücken durchringen, denn erwartet wird das immer neue und davon bitte viel. Die Kehrseite: man muss dafür unfassbare Mengen in seine Ohren stecken und wieder ausmisten.

Schlechte Nachrichten auch für Geltungssüchtige: etwas Besonderes ist man als DJ leider nicht, jedenfalls nicht mehr ohne Weiteres. Massenhaft Menschen haben massenhaft Musik und müssen täglich ihre Auswahl treffen. Die mit einem überdurchschnittlich großen Mitteilungsbedürfnis drängen meist in die Öffentlichkeit und "legen auf". Wer sind die eigentlich und was machen die da? Was ist daran Kunst, was Dienstleistung? Was macht jemanden zu einem DJ? Wie geht er mit einer analogen Tradition und der digitalen Gegenwart seiner Kultur um?

Das moderne DJ-Leben im digitalen Äther verlangt konsequente Selbstvermarktung, Zur-Schau-Stellung, eine stolze Präsentation, eine geschickte Vernetzung. Im sozialen Netzwerk nämlich nicht zu vergessen der vielzitierte "Dialog" mit seinen "Kunden". Märkte sind Gespräche, Fans sind Follower, viele Freunde des DJs sind DJs. Die senden zu ihrer Inszenierung nun auch massenhaft digitale Botschaften als Wort, Foto, Video, Grafik, Charts und so weiter.

Geschäftlich lässt sich eine so erzeugte Aufmerksamkeit in Marktwert ummünzen, wobei sie nicht verwechselt werden darf mit musikalischer Relevanz,

Qualität und Innovationskraft. Zumal die durchschaubaren Marktmechanismen auch von Geschäftstüchtigen genutzt werden, die versuchen mit gezielter Manipulation von Klickzahlen oder Chartplatzierungen ein Trugbild zu verkaufen. Verglichen damit ist das szenübergreifend übliche Ghostwriting von Tracks ein harmloser alter Hut des Showgeschäfts, hat aber ebenso zum Ziel, einen DJ talentierter erscheinen zu lassen als er ist.

Deswegen bleibt die größte Aufgabe und Herausforderung für Musikliebhaber – ob DJ oder Konsument – das eigenständige Filtern und die Entwicklung eines eigenen “guten” Geschmacks unabhängig von Gruppenzwang, Eliten und digitalem Herdentrieb.

Erfüllend bleibt es für den DJ, der trotz Inflation sein Publikum erreicht – Online im Digitalen oder analog auf der Bühne.

Ich wurde nun in diesen Konflikt zwischen analoger Tradition und digitaler Innovation hineingeboren und habe mir zu Studienzeiten einen wissenschaftlichen Zugang zum Thema gegraben. Ihn mit einer interessierten Öffentlichkeit zu teilen ist schon lange überfällig aber ich war einfach zu beschäftigt damit Lieblingsmusik aus den Fluten zu fischen oder selbst welche hineinzuwurfen ... !¹

¹ Der Stil der wissenschaftlichen Publikation ist standesgemäß trocken und sehr analytisch ausgefallen. Wer sich die Lektüre mit den Früchten meiner praktischen Feldforschung versüßen will, greift sich auch hiervon einen freien Download auf www.cordlabuhn.com:
“CORD : Heart Ship Home” – Mix-Komposition. Im Einsatz: Schallplatten&spieler. Kassetten ungeklärter Herkunft. Felddaufnahmen. Musikdateien unterschiedlicher Qualitäten und Quellen. Synthesizer. NI Maschine. Ableton Live. Controller. Smartphone. Akkordeon. (MAI 2012) (LINK: http://www.berlin-kreuzberg-institut.com/wp_bki/2012/05/29/cord-heart-ship-home/)
“ROBOSONIC : Sweet and Nuts” – ein Mixtape bestehend nur aus den eigenen Produktionen des Berliner Duos. Elektronische Tanzmusik. 4x4. Hi-Tech Soul. (JANUAR 2012) (LINK: <http://www.robo-sonic.cc/2012/02/01/sweet-and-nuts-mixalbum-free-download/>)

Ein DJ SURVEY 2006 und 2008 als Datengrundlage erscheint vielleicht manchem schon jetzt wieder veraltet, und die strenge empirische Methodik im letzten Teil der Arbeit förderte weniger brisante, unerwartete als recht offensichtliche Ergebnisse zu Tage. Große Teile der Analyse können aber über die Generationen und Genres hinweg dabei helfen das Bewusstsein für die DJ-Kultur zu erweitern.

Gerne also teilen, empfehlen, mögen, weiterleiten, drucken, verlegen, verschenken ... Besten Dank & viel Spass

Cord Henning Labuhn
 Berlin, 2012

“CORD & GAUCHO [C&G] : Hypnotize HypHop” – Mixtape mit innovativer Bass Musik. Im Einsatz: Schallplattenspieler. Vinyl Control. Ableton Live. NI Maschine. SM58. FX. (MAI 2011) (LINK: http://www.berlin-kreuzberg-institut.com/wp_bki/2011/05/25/cord-gaicho-cg-hypnotize-hyphop-mixtape-punchi2/)

**1.
EINLEITUNG &
FORSCHUNGS-
INTERESSE**

1.

EINLEITUNG & FORSCHUNGS- INTERESSE

16

Immer mehr Lebensbereiche werden durch Informationstechnologie durchdrungen und verändern in hoher Geschwindigkeit über Jahrzehnte gewachsene Strukturen im Berufs- und Alltagsleben. Einer der vieldiskutierten Bereiche dieser Umwälzungen ist die Musik.

Die massenhafte Verbreitung des MP3-Formates und deren umfangreiche Folgen für die Akteure auf dem Musikmarkt (Konsumenten, Musiker, Produzenten, Vermittler, Hersteller) wurde zum Dreh- und Angelpunkt für einen vielseitigen Diskurs.

Urheberrechte und ihr Schutz im Zeitalter des Internets, veränderte Bedingungen und Geschäftsmodelle auf Märkten der Zukunft, popkulturelle Machtverhältnisse und Demokratisierung oder der veränderte Stellenwert von Musik im Leben des Menschen sind nur einige nennenswerte Dimensionen der aktuellen Debatte um die sogenannte 'digitale Revolution' in der Musikwelt.

Die Tonträgerindustrie klagt über drastische Umsatzeinbrüche, sucht die Schuld bei den Raubkopierern und versucht ihre einstigen Kunden mit juristischen Mitteln zur Rechenschaft zu ziehen. Viele der kleineren unabhängigen Plattenfirmen halten sich hingegen mit der Kriminalisierung der illegal handelnden Musikliebhaber bedeckter oder fokussieren stattdessen neue

Vertriebsmodelle wie den Verkauf von digitalen Formaten.² Gerade unabhängige Künstler oder Bands begannen über die letzten Jahre in Eigenregie zu beweisen, wie die Vorteile der Digitalisierung und des Internets auch im Geschäft mit Musik nutzbar gemacht werden können und wie sich ihre Popularität hierdurch vervielfachen lässt.

Sich nun in einer wissenschaftlichen Arbeit zu diesem Thema speziell den DJs zu widmen ist vor allem deshalb interessant, weil diese besonders musikkaffin sind und meist mehrere Rollen im Musikentstehungs-, Vermittlungs- und Vermarktungsprozess in einer Person vereinen. Sie sind zum einen Konsumenten, Intensivkäufer, wie sie die Tonträgerindustrie nennen würde: sie geben überdurchschnittlich viel Geld für den Kauf von Musik aus. Zum anderen sind viele von ihnen Kultur-Vermittler und -Produzenten und verdienen – sofern sie es auf entsprechendem Professionalisierungsgrad betreiben – Geld mit Auftritten. Darüber hinaus produzieren viele DJs auch selbst Musik und/oder sind aktiv im Musikbusiness, z.B. in einer Plattenfirma, einem Plattenladen, mit einem eigenen Label oder auch als Journalist für ein Musikmagazin oder Weblog. In der Rolle des DJ vereinen sich also mehrere in Konflikt stehende Parteien der digitalen Revolution.

Wie also gehen in diesen Zeiten DJs, die vielleicht wichtigsten Mediatoren und Meinungsmacher in der Welt der populären Musik, mit den neuen Möglichkeiten, Herausforderungen und Chancen um? Sie entscheiden in ihrer Rolle als Gatekeeper mit, welche Musik zunächst im öffentlichen Raum

17

² Vgl. Kusek & Leonhard 2006: 4ff

(etwa Clubs, Parties und Bars) und über öffentliche Kanäle (Radio, Internetradio, Podcast) gehört wird, welche Trends entstehen, welcher Stil sich durchsetzt, und sind – sofern sie sich selbst als DJ bezeichnen – im Kontext einer DJ-Kultur zu betrachten.

Ein zu beobachtender Wandel in der DJ-Kultur, die eine langjährige Tradition hat, beschäftigt nicht nur die DJs selbst, sondern es wird aktuell in der Fachpresse, dem Internet (Blogs, Foren), in (Pop-) kulturtheoretischen Kreisen (Tagungen, Seminare, Panel-Diskussionen etc.) und in der Privatwirtschaft (Hersteller von Technik, Musikvertriebe, Händler etc.) ihre kulturelle, technische und wirtschaftliche Zukunft diskutiert.

Diese Debatte aufgreifend, möchte ich mich hier der Frage widmen, ob sich die DJ-Kultur durch den Einzug von Computertechnik und Netzwerktechnologie verändert hat, zum einen im Bereich der Handlungs- und Sachtechniken, zum anderen im Bereich der Medien und Kommunikationswege.

Geleitet ist die Arbeit dabei von der These, dass sich in den vergangenen Jahren innerhalb dieser traditionsreichen Kulturpraxis durch technische Fortschritte eine digitale Kultur entwickelt hat, die veränderte Formen der Kommunikation, des Konsums und des Austausches von Information produziert.

Einige der klassischen Handlungs- und die Sachtechniken des DJing, die sich in seiner Evolution gegenseitig im Wechselspiel bedingen, befinden sich dabei in Transformation und werden durch digitale Technologien in Frage gestellt. Die kulturelle Verankerung des analogen Mediums Schallplatte und seine mögliche Substitution durch digitale, körperlose Formate stehen exemplarisch für die Konflikte, die durch die Digitalisierung entstehen. Es kommt hiermit auch zu ei-

ner Diversifizierung der Arbeitsweisen des DJs, der sich in diesem Zuge immer weiter von seiner ursprünglichen Bedeutung des 'Plattenauflegens' entfernt.

Dieser explorative sozialwissenschaftliche Beitrag soll diesen Wandel sichtbar und nachvollziehbar machen: Zunächst anhand einer theoretischen Verortung, dann einer Analyse auf Grundlage von Recherche und teilnehmender Beobachtung und schließlich einer empirischen Überprüfung von Hypothesen.

Mangels quantitativer Forschung auf diesem Gebiet stellt das Projekt den Versuch dar, von Grund auf ein geeignetes Forschungsdesign zu entwickeln, das es ermöglicht, Aussagen über die genannten Entwicklungen zu treffen.

Die soziologischen Bezugspunkte sind zum einen die Musiksoziologie, die den DJ als wichtigen Vermittler und Produzenten populärer Musik erkennt, zum anderen die Techniksoziologie, mit Hilfe derer es gelingt, die Wechselbeziehung zwischen Gesellschaft und technischen Entwicklungen herauszustellen. Es werden dabei sowohl der technische Hintergrund als auch die kulturelle Bedeutung der zum Einsatz kommenden Medien und Geräte Beachtung finden. Denn „von den Dingen techniksoziologisch zu sprechen heißt (...) auch, diesen gesellschaftlichen und kulturellen Charakter von Technik mit den praktischen Formen zu konfrontieren, in denen die Akteure in der modernen Gesellschaft tatsächlich mit Technik umgehen.“³

Datengrundlage der empirischen Analyse ist die eigene Panel-Untersuchung DJ SURVEY mit den zwei Erhebungszeitpunkten im Abstand von zwei Jahren (Ende 2006 und Ende 2008).

3 Degele 2002 : 90

Neben den Online-Befragungen und der angegebenen Literatur speist sich das Wissen zur DJ-Kultur aus mehr als zehn Jahren teilnehmender Beobachtung:

Ausgehend von einem klassischen, kleinstädtischen Einstieg mit der Faszination für Vinyl und Plattenspieler in der HipHop-Kultur reichen die Tätigkeiten vom Lokalradio, über den großstädtischen, semi-professionellen Club-Betrieb hin zum transnationalen Online-Radio und Engagements im professionellen, internationalen Geschäft mit überwiegend digitalen Formaten. Außerdem fließen fünf Jahre Erfahrung in Produktion und Verkauf von Tonträgern für den DJ-Gebrauch (HipHop, Breakbeat, House, Techno) in die Arbeit mit ein. Nicht zuletzt die persönliche Erfahrung als DJ, Musiker und Betreiber einer kleinen (mit physischen und digitalen Formaten) handelnden Plattenfirma warfen ästhetische, praktische und wirtschaftliche Fragen auf, die mich zu dieser soziologischen Untersuchung der DJ-Gesellschaft inspirierten.

2. THEORIE

2.1 FORSCHUNGSSTAND

Der DJ und speziell sein Umgang mit Technik und Medien sowie seine Gewohnheiten und Einstellungen scheint ein Forschungsfeld zu sein, in dem aus sozialwissenschaftlicher oder musiksoziologischer Perspektive bislang wenig publiziert wurde.

Es gibt Literatur zur Geschichte und Entwicklung der DJ-Kultur sowie Forschung und eher musikjournalistische Beiträge zum Mythos und Starkult, der um (manche) DJs rankt. Zahllose DJ-Lehrbücher über das Handwerk, Anfängerkurse und Scratchanleitungen wollen Ein- und Überblick geben, stellen verschiedene Techniken und verschiedene Technik vor. Hier ist es sicherlich von Vorteil einen Überblick zu haben, um sich jedoch wissenschaftlich dem Thema zu nähern, eignen sie sich kaum.

Hersteller von DJ-Produkten haben vermutlich von privatwirtschaftlicher Seite einiges an Marktforschung betrieben, die aber aus Wettbewerbsgründen nicht öffentlich zugänglich ist und auch nicht unbedingt der wissenschaftlichen Neutralität unterliegt.

Da eine Reihe unterschiedlicher Sichtweisen auf die Arbeit und die Rolle des DJs existieren, möchte ich einleitend eine Begriffsklärung vornehmen.

2.2 DEFINITION : DJ – ROLLENZUSCHREIBUNGEN ZWISCHEN KÜNSTLER UND DIENSTLEISTER

DJ, kurz für englisch ‚disc jockey‘ oder nach neuer Rechtschreibung tatsächlich als Diskjockey im Duden zu finden, ist „jemand, der in Rundfunk oder Fernsehen und besonders in Diskotheken Schallplatten präsentiert.“⁴

Diese Definition mag der ursprünglichen Bedeutung des Begriffes entsprechen, ist jedoch im Informationszeitalter nicht länger haltbar und bedarf einer dringenden Überarbeitung. Weder lässt sich das Arbeitsfeld des DJs auf Rundfunk, TV und Diskotheken beschränken, noch auf das Speicherungs-Medium der Schallplatte, wie im Verlauf dieser Arbeit deutlich werden wird.

Es gibt keine einhellige Meinung oder Erkenntnisse darüber, ob es sich beim DJing um eine Kunst oder ein Handwerk handelt. Ebenso wenig lässt sich die Rolle des DJs als Künstler oder als Dienstleister definieren. DJing wird als Hobby, im Nebenerwerb oder Hauptberuf betrieben und der DJ kann dabei unbezahlt, angestellt oder selbstständig sein.

Club-DJs bringen ihre eigenen Tonträger mit, mobile Diskotheken bringen außerdem die gesamte Beschallungsanlage mit. Der Radio-DJ⁵ muss möglicherweise

⁴ Duden Fremdwörterbuch 2001 : 231

⁵ damit ist nicht die Arbeit des Moderators gemeint, der über ein Computer-System Musik und andere Inhalte abspielt, die von einer Redaktion ausgewählt und vorgegeben werden

se nach seinem Programm noch Sendelisten für die Verwertungsgesellschaften⁶ ausfüllen und hat zu seinem Publikum keinen persönlichen Kontakt außer per Telefonschaltung.

DJing kann verbunden sein mit internationaler Popularität durch einen markanten Stil und die Veröffentlichung von Tonträgern (Mix-Compilations oder eigens produzierte Musik), durch virtuose Performance, kann aber auch bedeuten, dezent und unauffällig ein Firmenevent zu beschallen oder die Musikwünsche einer Hochzeitsgesellschaft zu erfüllen.

Ulf Poschardt etwa stellt den „Übergang des DJs vom Plattenaufleger zum Musiker“ in den Mittelpunkt seiner breit rezipierten popkulturellen Geschichtsschreibung, DJ Culture’:

„Wie die Künstler im Mittelalter waren die DJs zunächst als Handwerker definiert. (...) Disco, Hip-Hop und House haben den DJ zum Komponisten gemacht. (...) Der DJ stellt den herkömmlichen Künstlerbegriff in Frage, sprengt ihn und wird ihn in renovierter Form reetablieren. (...) Er organisiert Geschaffenes und fügt Kunstwerke zu einem neuen Ganzen zusammen. Er ist ein Künstler zweiten Grades. (...) Der DJ scheint kein bewußtes Verhältnis im Sinne eines in ästhetischen Begriffen gedachten Selbstentwurfes zu haben. Er neigt dazu, sich eher als Handwerker und Musikliebhaber zu verstehen.“⁷

Für Bill Brewster und Frank Broughton besteht das Handeln des DJs darin, aus der riesigen Vielfalt von Musik die für den Moment besten Stücke heraus zu destillieren, um diese in eine einzigartige, improvisierte Performance zu verstrick-

⁶ „Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte“ (GEMA) und „Gesellschaft zur Verwertung von Leistungsschutzrechten“ (GVL)

⁷ Poschardt 2001 : 15ff

ken – angepasst an Zeit, Ort und Publikum. Die Essenz des DJ-Handwerks („DJ’s craft“) sei die Auswahl, welche Stücke in welcher Reihenfolge gespielt werden und eine seiner besonderen Fähigkeiten liege darin, seine Musik wirksam zu teilen („the DJ’s skill lies in sharing his music effectively“). In ihren Ausführungen beziehen sich die Autoren hauptsächlich auf den modernen Club-DJ, der für sie ein ‚performer‘ ist, während ein DJ, der nur nacheinander Stücke abspielt eher ein ‚presenter‘ ist. Als wichtigste Begabungen eines DJs werden sein Geschmack und sein Enthusiasmus genannt, die es möglich machen, Menschen für ‚seiner‘ Musik zu begeistern. Was den DJ zum Künstler macht, sei die emotionale, improvisierte Kunstform, die das DJing darstellt: in seiner höchsten Vollendung sei es das Kontrollieren der Beziehung zwischen Musik und Hunderten von Menschen.⁸

Unabhängig unterschiedlicher Auffassungen über die Rolle des DJs, soll der Begriff DJing im Folgenden die Theorie und Praxis der Auswahl und technikvermittelten Präsentation von aufgenommenen Musikstücken durch (mindestens) eine Person, die sich als DJ begreift, umfassen.

Im nächsten Schritt möchte ich die theoretischen Bezüge herstellen, die helfen sollen, diese Kulturtechnik, ihre Werkzeuge und ihre Kommunikation systematisch zu analysieren.

⁸ vgl. Brewster & Broughton 1999 : 10ff

2.3

THEORETISCHE BEZÜGE AUS MUSIK- UND TECHNIKSOCIOLOGIE

Die Musiksoziologie findet sich nicht nur als Spezialgebiet der Soziologie, die den Menschen und sein Verhältnis zur Musik im Fokus hat, sondern auch institutionalisiert als eigenständige Disziplin innerhalb der systematischen Musikwissenschaft.⁹ Im Zusammenhang dieser Arbeit ist besonders die Empirische Musiksoziologie von Bedeutung, die sich auf die methodischen Grundlagen der Empirischen Sozialforschung beruft.

Tibor Kneif betont, dass die Empirische Musiksoziologie eine wertneutrale Haltung gegenüber dem ästhetischen Bereich einnehme. Sie wolle erklärmaßen nicht etwa ein tieferes Verständnis der Musik mit Hilfe soziologischer Aspekte fördern, sondern die gesellschaftliche Umgebung der Musik, die Struktur,

⁹ Die Entstehung der Musiksoziologie selbst ist eng mit den Effekten der industriellen Revolution auf die Musik in Verbindung zu bringen. Die Erfindung und Verbreitung neuer technischer Mittler (v.a. der ersten Schallspeicherungs- und -wiedergabemedien und des Hörfunks) machten es ab Ende des 19. Jahrhunderts schrittweise möglich Audiosignale und damit Musik in ausreichend hoher Qualität aufzuzeichnen, zu speichern und massenhaft zu verbreiten. Durch industrielle Vervielfältigung der Medien und der Abspiel- bzw. Empfangsgeräte konnten Massen von Rezipienten (oder eben Konsumenten) erreicht werden, in dessen Folge es zu einer massiven Ausweitung der ‚Musikproduktion‘ kam. Die Musikwahrnehmung unterlag mit der Auflösung von örtlicher und zeitlicher Gebundenheit eines Musikereignisses einem grundlegenden Wandel. Aus der Nachfrage an der sogenannten Übertragungsmusik (und an materialisierten Musikaufnahmen) erwuchs eine umsatzstarke Musikindustrie, die die Produktionsbedingungen von Musik und damit auch kompositorische (künstlerische) Aufgaben nachhaltig veränderte. Die Musikwissenschaft musste diesem Themenkomplex mit neuen Ideen und Methoden begegnen, da es sich um einen radikalen Umbruch in der Geschichte der Musik handelte.

die sie umgibt, sowie ihre Funktion und ihr Funktionieren analysieren.¹⁰

In dieser Arbeit vermeide ich bis auf Ausnahmen bewusst eine tiefer gehende Thematisierung von Musikgenres, ebenso wie auf die Herausstellung der erfinderischen oder musikästhetischen Einzelleistungen der zahlreichen und fraglos wichtigen Künstlerpersonen in der DJ-Kulturgeschichte.¹¹ Diese Arbeit schlägt sich auf die Seite der Empirischen Musiksoziologie, die Aussagen über die Wirklichkeit des sozialen Umgangs mit Musik treffen will, bleibt aber inhaltlich eng mit der Musikwissenschaft verbunden, wie eben der DJ untrennbar mit Musik verbunden bleibt.

Die Frage nach der gesellschaftlichen Relevanz von DJs, beantwortet sich, betrachtet man ihre Rolle, die sie in sozialen Gefügen und im Vermittlungsprozess von Musik spielen. Nicht selten ist es ein einzelnes Individuum, das durch seine Kunstfertigkeit, sein Handwerk, seine Musikauswahl und seine Präsenz eine ganze Gruppe von Menschen unterhält.

Das kann ein über Funk vernetztes Publikum am Radioempfänger oder aber eine Hochzeitsgesellschaft sein, die 60 Besucher eines illegalen Keller-Clubs oder die 60.000 eines riesigen Musikevents.

Die Aufgabe des DJs, des Disc Jockey, ist ganz allgemein gesprochen, mit Tonträgern für die musikalische Unterhaltung zu sorgen. Mit welcher Art von Tonträgern, woher diese kommen, auf welche Weise und womit sie abgespielt

¹⁰ vgl. Kneif 1975 : 15

¹¹ Differenzierte Betrachtungen zu spezifischen Subkulturen gibt es zahlreich an anderer Stelle nachzulesen (und sie sind für das Gesamtverständnis auch sicher von großer Hilfe), sie würden hier allerdings den ohnehin weit gespannten Rahmen sprengen.

werden, ob sie als Reproduktionsmedien genutzt werden zur Erschaffung neuer Musik, all das ist ein Jahrzehnte lang andauerndes historisches Zwiegespräch zwischen der Technik und dem Menschen.

Diese Wechselbeziehung findet allerdings nicht ausschließlich zwischen der Technik und dem DJ statt, der eine vorhandene Technik auf bestimmte Art und Weise benutzt, sondern es sind weitere Akteure am dialektischen Prozess beteiligt: Erfinder, Entwickler, Ingenieure, Gerätehersteller, Informatiker, kleinste und größte Plattenfirmen, Marketing-Experten, Musiker, Designer, „das“ Publikum, etc. ...

Der einzelne DJ steht außerdem in der Tradition einer DJ-Kultur und damit in logischer Beziehung zu allen DJs, die vor ihm waren, und hat mit seinem Verhalten (wenn auch beispielsweise nur durch sein Konsumverhalten) und seinen Einstellungen einen Einfluss darauf, wie sich DJing in Zukunft entwickelt. Bekanntere Persönlichkeiten können ihren Einfluss eventuell öffentlichkeitswirksam geltend machen, um bestimmte Entwicklungen voranzutreiben oder zu bremsen, indem sie öffentlich Stellung beziehen oder sich in der technischen Entwicklung mit Firmen engagieren. Bestimmte Musikkulturen und Genres sind enger mit der DJ-Kultur verknüpft, als andere, in denen das Konzert, die Live-Performance, nach wie vor die dominante Darbietungsform von Musik ist.

Neben der empirischen Musiksoziologie bietet vor allem die Techniksoziologie das Instrumentarium, um der Frage nach kultureller Veränderung einhergehend mit technischem Fortschritt systematisch zu begegnen.

2.4 DEFINITION : TECHNIK, TECHNIKEN UND TECHNOLOGIE

Technik und Technologie werden heute häufig synonym benutzt¹², auch bedingt durch die Verwendung des englischen „technology“ für beide Begriffe.

Der Begriff ‘Technik’ kommt in zahlreichen Zusammenhängen vor, seien es die die Maschinentechnik, die Produktionstechnik, die Informations- und Kommunikationstechniken oder die Kulturtechniken wie Schreiben, Lesen und Rechnen. Er hat sich im Laufe der Geschichte mit den Epochen gewandelt. “In der Antike verstand man unter *technē* eine *Kunst des Machens*, die sich vom politischen Handeln und vom mühsamen Arbeiten darin unterschied, dass mit *Kunstfertigkeit* etwas hergestellt wird, das *nützliche Wirkung* erzielt. Von den schönen Künsten also unterscheiden sich die technischen Künste durch Nützlichkeit. Von den sich selbst bewegenden Prozessen der Natur unterscheiden sich die technischen Prozesse dadurch, dass sie künstlich und mit einem “ingenium” (“Ingenieur”) gemacht und in Gang gebracht sind.”¹³

Einer gängigen techniksoziologischen Definition zufolge sind unter Technik „alle künstlich hervorgebrachten Verfahren und Gebilde zu verstehen, die in soziale Handlungszusammenhänge zur Steigerung ausgewählter Wirkungen einge-

¹² Duden Fremdwörterbuch 2001 : 981

¹³ Rammert 2007 : 15

baut werden“¹⁴. Rudi Volti bestimmt Technik als

„a system based on the application of knowledge, manifested in physical objects and organizational forms, for the attainment of specific goals“¹⁵

Ein techniksoziologischer Technikbegriff berücksichtigt erstens den Aspekt der Materialität (technische Artefakte), zweitens der Handlung und drittens des Wissens.¹⁶

Wenn ich im Folgenden von der DJ-Technik spreche, meine ich damit also die technischen Artefakte (Sachtechnik), die ein DJ benutzt, um seine Tätigkeit auszuüben. Im Unterschied dazu sind mit DJ-Techniken die Handlungstechniken gemeint, also die Kunstfertigkeiten und ausgebildeten Fähigkeiten der Personen. Die verfügbare DJ-Technik wirkt auf die Entwicklung der kulturellen Praxis des Djing ein. Was technisch unmöglich ist, kann auch nicht durch außergewöhnliche Fähigkeiten eines Menschen realisiert werden. Ich werde zeigen, dass durch eine Weiterentwicklung der Kunstfertigkeiten, Ideen und der Bedürfnisse des DJs die Handlungstechniken die Sachtechnik, mit der gearbeitet wird, beeinflussen.

Von Technologie ist dann vor allem im Zusammenhang mit der Computertechnik, der Digitalisierung von Musik, dem MP3-Codec und dem Internet die Rede. Natürlich liegen auch der Entwicklung und Herstellung jeglicher Sachtechnik verschiedene andere Technologien zu Grunde, jedoch stehen die genannten im Fokus der Aufmerksamkeit.

14 Rammert 1988 : 725

15 Volti 1995 : 6

16 vgl. Degele 2002 : 19

Rammert weist darauf hin, dass Techniknutzung im Alltag sich auch nicht auf die rein instrumentelle Nutzung der nützlichen Dinge beschränkt, sondern auch ein „demonstratives Konsumhandeln mit Edelmarkenprodukten, expressive Identitätsbildung bei mobilen Musikgenießern und Kultivierung von Lebensstilen“¹⁷ mittels der Technik bedeuten kann.

Die Techniken der Gesellschaft scheinen in doppelter Weise mit deren Kultur verbunden zu sein: Sie sind zum einen selbst vergegenständlichte Kultur, andererseits werden sie in ihrer Gestalt und Genese durch besondere kulturelle Stile und Orientierungen geprägt. Die technischen Leitbilder und kulturellen Nutzungskonzepte repräsentieren nicht nur, welche Denkweisen in einer Kultur dominieren und welche Problemlösungen bevorzugt werden, sondern auch die Art und Weise, wie verschiedene gesellschaftliche Gruppen im Alltag praktisch und stilbildend mit Techniken umgehen.¹⁸

Zudem ist Technik neben der Verflechtung in unsere alltäglichen Handlungen auch in kaum sichtbare, große Infrastruktursysteme eingebettet. „Berufe und Arbeitssituationen wandeln sich mit den Typen von Technik (Werkzeuge, Maschinen, Automaten); Industriebranchen und Wirtschaftssektoren verändern sich mit neuen Generationen von Technologien (Großrechner, PC, Internet). (...) Techniken sind Resultate sozialen Handelns und sind oftmals insbesondere eine Form kreativen Handelns.“¹⁹

17 Ebd.

18 Vgl. Rammert 2007 : 11

19 Rammert 2007 : 17

Dabei ist zu bedenken, dass technischer Fortschritt durch sein Potenzial zur Veränderung nicht nur auf positive Resonanz stößt. Denn “an kaum einem anderen Begriff und dem, was er bezeichnet, entzündeten sich derart erbitterte politische, ideologische und auch soziale Konflikte. Mit dem Begriff der Technik verbindet sich offenbar eine Polarisierung in die zwei Gruppen, deren eine die Technik für gleichbedeutend mit Fortschritt erachtet und deren andere sie für die Verkörperung von Ungeist, Verantwortungslosigkeit und kulturellem Niedergang hält.”²⁰ Im späteren Verlauf dieser Arbeit möchte ich herausarbeiten, inwiefern eine solche Polarisierung in der von der digitalen Technik durchgeschüttelten DJ-Welt zu beobachten ist.

2.5 DIE DIGITALE REVOLUTION UND IHRE SOZIO- TECHNISCHEN VORAUSSETZUNGEN

Große technische Revolutionen bringen viele Veränderungen in der Gesellschaft mit sich. Wir unterteilen deshalb Zeitalter und Gesellschaftsformationen auch danach, welche Techniken vorherrschen.

Ob man bei den durch die Digitalisierung ausgelösten Umbrüchen von einer digitalen Revolution oder einer digitalen Evolution spricht, ist mehr eine

20 Weingart 1989 : 8

Ermessensfrage, als dass sich bislang schon ein wissenschaftlicher Terminus herausgebildet hätte.

Für den Begriff der Revolution sprechen u.a. die radikalen Umwälzungen und Machtverschiebungen (vor allem im Bereich der Unterhaltungsindustrie) und eine Demokratisierung der Produktionsmittel und Distributionswege in der Kulturproduktion.

“Was später als technische Revolution wahrgenommen wird, verläuft bei näherer Betrachtung über viele Projekte technischer und sozialer Innovationen, die erst in ihrer Verknüpfung miteinander zu neuen technologischen Paradigmen mit einer starken Eigendynamik werden.”²¹ Technische Innovationen in der Arbeitswelt wie die ‘Computerisierung der Arbeit’ ermöglichen oder erzwingen neue Formen der Arbeitsorganisation, begünstigen bestimmte Lebensstile und bedingen Veränderungen von Berufs-, Branchen- und Beschäftigungsstrukturen.²²

Die gesellschaftlichen Transformationen vom Industrie- ins Informationszeitalter mit seiner sogenannten Netzwerkgesellschaft bilden die Grundlage für eine rasante Durchdringung der Arbeits- und Alltagswelten von der Digitalisierung. Für das bearbeitete Thema unverzichtbar ist eine Auseinandersetzung mit dem Computer und seiner Bedeutung für den Menschen heute.

21 Rammert 2007 : 19

22 ebd.

2.5.1 INFORMATIONENZEITALTER UND NETZWERKGESELLSCHAFT

Die Computerwelt war bis in die 1970er Jahre hinein eigentlich eine kleine, kaum beachtete Welt außerhalb unseres Alltagslebens. Sie beschränkte sich damals auf die militärischen und universitären Forschungs- und Entwicklungslabors. Erst als sich in den 70er und 80er Jahren die ‚personal computer‘ (PC) verbreiteten, hat sich das Bild schlagartig verändert. Zusätzlich verstärkt wurde der Eindruck noch durch die vorausgehende massive Informatisierung der Arbeitswelt.²³ Laut einer Marktforschungsstudie der Firma Gartner sind heute weltweit mehr als eine Milliarde Personal Computer (PC) im Einsatz.²⁴ Die ‚Global Broadband Statistics‘ der Firma point topic ermittelten für das Jahr 2007 1,1 Milliarden Internetanschlüsse, von denen etwa 300 Millionen Breitband-Anschlüsse gewesen seien.²⁵

‚www.internetworldstats.com‘ der Miniwatts Marketing Group geht von knapp 1,5 Milliarden Internetnutzern aus. Im Vergleich zum Jahr 2000 entspricht das einem Wachstum von mehr als 300%.²⁶

Die Funktion des Computers als Maschine bzw. Werkzeug erschließt sich über seine Fähigkeit, Stoffe, Energie und Information auf einen intendierten

²³ vgl. Rammert 1990 : 15

²⁴ Wenzel 2008

²⁵ Point Topic 2007

²⁶ Miniwatts Marketing Group 2009

Zweck hin in kontrollierter Weise umzuwandeln. „Der Computer als Werkzeug ist auf die Bearbeitung von Inhalten gerichtet, es geht um die Sammlung, Verarbeitung und Produktion von Information. In einem solchen instrumentellen Verständnis der Maschine geht es um funktionale, sachliche Bezüge – um Artefakte, die vor allem im Kontext von Arbeit gedacht werden und dazu eingesetzt werden, Material zu verändern. Sie werden bedient und benutzt. Der sinnstiftende Kontext ist das herstellende Handeln.“²⁷ Techniksoziologische Computerforschung geht in erster Linie den Fragen nach, in welcher Weise Computer überhaupt genutzt werden, welche Funktionen sie im sozialen Leben einnehmen, welche Stile der Computernutzung sich herausbilden und wie sich unterschiedliche soziokulturelle Milieus auf die Umgangsformen und Einschätzungen der Folgen auswirken.²⁸

In dieser Arbeit gilt es zum einen zu untersuchen, inwieweit der Computer Einzug gehalten hat in die Praxis des DJings. Zum anderen möchte ich herausfinden, ob es in der Kommunikation und im Konsum durch vernetzte Computer zu beobachtbaren Veränderungen kommt.

Mit jedem Medium entsteht eine eigene Kommunikationsweise und jedes neue Medium, das historisch auf den Plan getreten ist, hat in der Gesellschaft neue Kommunikationsräume erschlossen und dabei natürlich erst einmal das vorhandene ‚Gleichgewicht‘ gestört.²⁹ „Es gibt nicht nur die unterschiedlichen Computertypen und vor allem die Verschiedenheit der Nutzungsprogramme

²⁷ Degele 2002 : 52

²⁸ Rammert 1990 : 18ff

²⁹ ebd.

vom Rechnen bis zum Spiel, vom Schreiben bis zum Musizieren, sondern auch eine Vielfalt an soziokulturellen Milieus, in denen jeweils andere Praktiken, andere Haltungen und andere Handlungsorientierungen vorherrschen. Wenn die technischen Möglichkeiten, die im Computer und in den Programmen stecken, auf die sozialen Erwartungen, Werte und Vorstellungen der Menschen in den verschiedenen soziokulturellen Milieus stoßen, dann bilden sich Praktiken heraus, die zwischen Anpassung und Aneignung eine jeweils eigene Kultur der Computernutzung formen.³⁰

2.5.2 DIE DIGITALISIERUNG DER MUSIK

Als wichtigste technologische Entwicklungen, die die Kultur der Medienmusik ermöglicht haben, gelten die Schallspeicherung, die Funkübertragung, die Stereophonie, die Mehrspurtechnik und die Digitalisierung.³¹

Der Begriff Digitalisierung (von 'digit', engl.: Ziffer) bezeichnet zunächst einmal die Überführung kontinuierlicher Größen in diskrete, meist in binär codierte Werte. Digitale Informationen können somit von elektronischen Datenverarbeitungssystemen gespeichert, verarbeitet, übertragen, verlustfrei kopiert und wiedergegeben werden. Bei der Digitalisierung von Audio-Informationen (dementsprechend auch Musik) werden Schallwellen, die etwa

30 ebd.

31 vgl. Maempel 2007: 161

durch Mikrophone oder Tonabnehmer in 'analoge' elektronische Schwingungen umgewandelt wurden, zeitlich in sogenannte 'samples' (engl.: Stichprobe) zerlegt. Für jede dieser kleinsten Einheiten wird ein digitaler Wert gemessen und gespeichert.

Ein Jahr vor ihrer Markteinführung 1982 stellten die Firmen Sony, Philips und die Plattenfirma PolyGram (Tochter von Philips) die Compact Disc (CD) als neuen, digitalen Tonträger vor, die die Schallplatte als vorherrschendes Medium auf dem Tonträgermarkt ablösen sollte. Die 12cm großen Scheiben boten unverändert hohe Klangqualität durch optische Abtastung der binär codierten Informationen per Laser.

Kusek und Leonhard beschreiben diesen Wandel als Initialzündung für die "Transformation der Musik als Produkt in Musik als Unterhaltungsservice".³² Durch die Digitalisierung der Musik und ihren Vertrieb auf CD ermöglichte es die Musikindustrie selbst, eine beliebige Anzahl von perfekten, digitalen Kopien von jedem jemals auf CD veröffentlichten Song zu machen. Dies war erst mit der Verbreitung des PCs und der Markteinführung des als 'Brenner' bekannten CD-Recorder ab 1991 möglich. Dieser entwickelte sich allerdings im Laufe der 1990er Jahre zur Standard-Ausstattung des PC, der zudem immer häufiger auch zum Abspielgerät für Musik wurde.³³ Ein entscheidender technologischer Fortschritt beschleunigte den skizzierten Wandel und damit auch die Digitalisierung des Djing immens: das MP3-Format.

32 Kusek & Leonhard 2006: 4ff

33 ebd.

MP3 steht für einen Software-Algorithmus, der zur Komprimierung von speicheraufwendigen Audio- und Video-Dateien für den vereinfachten Einsatz in Multimedia-Anwendungen erdacht wurde.

Dieser sogenannte "ISO-MPEG-1 Audio Layer-3"-Codec (Coder/Decoder) wurde unter der Leitung von Karlheinz Brandenburg v.a. am Fraunhofer-Institut für integrierte Schaltungen in Erlangen entwickelt und als Teil eines internationalen Standards etabliert. Mit Hilfe dieser bereits ab 1982 entwickelten Codierung lassen sich digitale Audioinformationen je nach gewünschter Qualitätsstufe³⁴ auf einen Bruchteil ihrer Ausgangsgröße reduzieren und seit 1995 im standardisierten Format ".mp3" abspeichern.

Diese Reduktion der Datenmenge von digitaler Musik und ihre verlustfreie Kopierbarkeit ermöglichen in Verbindung mit der wachsenden Anzahl von Internetanschlüssen den massenhaften 'Tausch' (eigentlich: Vervielfältigung, da die Daten kopiert werden) von Musik ohne physische (inbegriffen geografische) Hürden im Netz. Seit etwa 2003 gibt es erste ernstzunehmende legale Angebote zum Kauf von Musik der großen Plattenkonzerne als MP3-Dateien. Spezialisierte Händler für DJ-Musik folgten, so dass es heute möglich ist, legal oder formaljuristisch illegal, fast alle jemals digital (also auch auf CD) zu kommerziellen Zwecken angebotene Musik zu bekommen. Paul Théberge sieht in der Erfolgsgeschichte des MP3-Formats in den 1990er Jahren ein Fallbeispiel der komplexen Beziehungen zwischen Audioformaten, unternehmerischem

³⁴ 128kbs (Kilobyte pro Sekunde) waren in den frühen Tagen von MP3 eine verbreitete Kompressionsstufe, da das Verhältnis von Dateigröße zu Klang besonders ökonomisch war. Maximal sind 320kbs möglich.

Kapital und Konsumenteninteressen auf der einen Seite und den Marketing- und Vertriebsstrukturen der Plattenindustrie auf der anderen.³⁵

Die Musikproduktion ist heute weitestgehend digitalisiert, das heißt analoge Informationen (wie etwa menschliche Stimme, akustische oder elektroakustische Instrumente) werden bereits im Aufnahmeprozess digitalisiert, im Computer bearbeitet, gespeichert und zusammengemischt. Final wird das Musikstück als Datei errechnet, abgespeichert und erreicht in dieser digitalen Form entweder das CD-Presswerk, das Schallplattenpresswerk³⁶ oder auch eine Computer-Software zur Codierung in ein anderes digitales Format (wie zum Beispiel MP3) ohne physische Entsprechung.

2.5.3 ZUR UMWÄLZUNG DES KULTURVERHALTENS DURCH DIE DIGITALE MEDIAMORPHOSE

Blaukopf beschreibt die Wandlung des musikalischen Kommunikationsprozesses von der Aufführung hin zum Tonträger als eine technisch-soziale Mutation.³⁷

„Statistiken zu Produktion und Umsatz von Tonträgern belegen diese radikale Mutation, die mit einer Umwälzung des Kulturverhaltens einhergeht.“³⁸ Er wählt für diesen Prozess den u.a. vom französischen Forscher Hennion geprägten

³⁵ Théberge 2001 : 20

³⁶ hier wird das digitale Signal zu einem analogen umgewandelt

³⁷ vgl. Blaukopf 1989 : 185ff

³⁸ ebd.

Terminus der ‚Discomorphose‘.

„Der umwälzende Charakter der hier behandelten Mutation wird (...) erkennbar, wenn wir die Einzigartigkeit des Verwandelns von musikalischem Handeln in ein reales Objekt würdigen. Der Leistung des Musikers war es bis zum Anbruch dieser Mutation versagt materielle Gestalt anzunehmen.“³⁹ Die Discomorphose hatte also eine „Fülle von gesellschaftlichen Konsequenzen. Die betreffen zum Teil das wirtschaftliche, rechtliche und soziale Umfeld der Musik, zum Teil aber wirken sie sich auch auf die musikalische Kommunikation selbst aus.“

Alfred Smudits entwickelte das von Blaukopf formulierte Konzept einer solchen Mediamorphose weiter, hin zu einem größeren Zusammenhang von Transformationsprozessen des Kulturschaffens und unterscheidet fünf Typen:

1 Die erste grafische, die „schriftliche Mediamorphose“ mit der Erfindung der Schrift und in Folge des Alphabets ca. 500 v.u.Z. (und erst im 12. Jahrhundert in der Musik mit der Entwicklung und Verbreitung der Notenschrift). **2** Die zweite grafische, die „reprographische Mediamorphose“ zu Beginn der Neuzeit mit der Druckpresse und später Ende des 18. Jahrhunderts mit der Rotationspresse und der Lithographie. **3** Die „chemisch-mechanische Mediamorphose“ setzte ab Mitte des 19. Jahrhunderts mit der Fotografie und Ende des 19. Jh. mit dem Grammophon ein. Diese wird Anfang des 20. Jahrhunderts von der **4** „elektronischen Mediamorphose“ überformt. Schließlich wird mit der **5** „Digitalen Mediamorphose“ ab den 1980er Jahren die aktuellste Entwicklung identifiziert.⁴⁰

39 ebd.

40 Smudits 2007 : 112ff

In Smudits Konzept wird zwischen ‚Medien‘ und ‚Kodes‘ unterschieden. Bei den Medien handelt es sich um die Kommunikationskanäle und –mittel, also um die materiellen (physikalischen, chemischen) Grundlagen jeder Kommunikation, unabhängig von den sozialen und kulturellen Rahmenbedingungen und den Inhalten dieser Kommunikation. Bei Kodes handelt es sich um immaterielle Regelsysteme, mit deren Hilfe wahrnehmbare Phänomene nach ganz bestimmten Regeln zueinander in sinnvolle Beziehung gesetzt werden.

Es wird die These aufgestellt, dass „kulturelle (künstlerische) Entwicklungsschübe wesentlich auf Innovationen im Bereich der Medien oder im Bereich der Kodes zurückzuführen sind, wenn diese gesellschaftlich relevante Anwendung und Verbreitung finden.“⁴¹

Smudits geht davon aus, dass im Zuge der Digitalisierung das musikalische Schaffen eine ‚fortschreitende Mediatisierung‘ erfährt, da immer leistungsfähigere Technologien den Schaffens- und Interpretationsprozess prägen. Ebenfalls intensiviert werde die Ökonomisierung, wobei allerdings nicht von einer linearen Fortschreibung der Kommerzialisierung – wie sie den herkömmlichen Strukturen der Massenproduktion entspricht – ausgegangen werden dürfe.

Vielmehr seien Veränderungen der Unternehmensstrategien und des Arbeitsmarktes zu beobachten, die neue Qualitäten von Effizienz und Rationalität mit sich bringen.⁴²

41 ebd.

42 ebd.

Im Aufsatz „Wandlungsprozesse in der Musikkultur“ skizziert er exemplarisch die Digitalisierung der Musikproduktion, welche in den 1980er Jahren einsetzte mit neuen technischen Errungenschaften wie Synthesizern, Samplern, Sequencern, Drum-Computern und mit der Einführung der MIDI-Schnittstelle (Musical Instrument Digital Interface) zur Vernetzung dieser unterschiedlichen Gerätschaften. Diese unterlagen in den Folgejahren einer ständigen Miniaturisierung und Verbilligung, so dass es in den 1990er Jahren mit fortschreitender Verbreitung des Personal Computer (PC) möglich wurde, ohne allzu großen Kostenaufwand eine den professionellen Standards entsprechende Musikproduktion im Haushalt herzustellen und bald auch über das Internet – zumindest theoretisch – weltweit zu vermarkten.

„Damit verändert sich für viele Musikschafter nicht nur die Arbeitsweise, sondern auch der Arbeitsmarkt. Sie werden autonomer, können schnell und leicht unternehmerähnlichen Status erlangen, andererseits werden ihre Leistungen aus Rationalisierungsgründen aus den etablierten Institutionen des Musiklebens tendenziell ausgelagert.(...) Nicht unrealistisch für die zukünftige Entwicklung erscheint ein Bild von Musikschaftern als ‚Kleinunternehmern‘ mit vielfältigen Kompetenzen, vor allem technischen, kaufmännischen und künstlerischen, aber auch mit auf viele Betätigungsfelder hin orientierten Aktivitäten, als Komponisten (...), als Sound-Designer, Disc-Jockey, Produzenten etc.“⁴³

43 Smudits 2007 : 137

Von der Seite der DJs betrachtet wird Smudits These später in dieser Arbeit aufgegriffen, wobei von einem erheblichen Anteil von DJs auszugehen ist, die selbst Musik produzieren. Auf jener Digitalisierung der Musikproduktion und der mit dem technischen (und technologischen) Fortschritt einhergehenden Demokratisierung der Produktionsmittel basieren die Antriebsmechanismen vieler der subkulturell verankerten DJ-Musikkulturen wie etwa House, Techno, HipHop, Electro, Breaks Drum'n'Bass, etc. Musik wird hier häufig von DJs für DJs produziert, um in deren Kontext neu eingebettet (DJ-Set) von einem tanzenden Publikum rezipiert zu werden.

Die in den 1980er Jahren im US-amerikanischen Underground entstandene Vinyl-Ökonomie als alternative Musikwirtschaft⁴⁴ zog ein sich in der westlichen Welt verbreitendes „hoch fragiles und kommerziell selbst regulierendes Netz aus Unternehmen“⁴⁵ nach sich. In den entstehenden House- und HipHop-Szenen aller westlichen Großstädte schlossen sich dieser Musikwirtschaft Clubs, Radiostationen, kleinste Plattenfirmen und Plattenläden an und spezialisierten sich auf die Verbreitung von DJ-Musik vor allem im analogen Format Schallplatte.

Nicht nur in der Musikproduktion (als spezielles Tätigkeitsfeld des DJs), kommt es nun mit der digitalen Mediamorphose zu Demokratisierungsprozessen. Für die DJ-Kultur im digitalen Zeitalter von zentraler Bedeutung sind hier die Musikveröffentlichung (DJ als Produzent), die Musikbeschaffung und die genutzte DJ-Technik.

44 alternativ zur großen Musikindustrie und zum neuen Tonträger CD

45 Vogt 2005 : 125

Mit dem Internet steht ein neues weltweites Kommunikations- und Distributionsmedium bereit, das neue Aneignungsmöglichkeiten von Musik bietet, sei es als virtuelles Schallplattengeschäft, in dem die noch so ausgefallensten Raritäten erstanden werden können, sei es als Möglichkeit für den direkten (legalen oder illegalen) ‚download‘ eines Musikstücks. Für Smudits liegt auf der Hand, dass „damit unmittelbar der Banalisierungsprozess ebenso vorangetrieben wird wie eine zerstreute Rezeptionshaltung. Ebenfalls verstärkt wird – vor allem mit dem Internet – die Technikintensität und damit zusammenhängend auch die Verbreitung neuer Stile und Moden. Dazu gesellt sich allerdings auch eine neue Form von Kompetenzintensität, vor allem dann, wenn es um Computernutzung geht.“⁴⁶

Im nächsten Teil der Arbeit wird deutlich, welche technische und technologische Entwicklung das DJing seit seinen Anfängen durchlaufen hat, bis sich eine Art von ‚digitaler DJ-Kultur‘ etablieren konnte. Dazu möchte ich auf Grundlage der theoretischen Überlegungen, der umfangreichen Recherche und der teilnehmenden Beobachtung drei Analyseschritte machen.

46 Smudits 2007 : 141

3. ANALYSE

3. ANALYSE

Im ersten Schritt der Analyse möchte ich einen historischen Abriss zur Technik- und Mediengeschichte des DJing geben, bei dem systematisch in die wichtigsten Handlungs- und Sachtechniken (sowie auch Technologie) unterteilt wird.

Im zweiten Schritt werden Veränderungen der Kommunikation und des Konsums in Folge der Digitalisierung und des Internets herausgestellt.

Der dritte Schritt besteht darin, eine Konfliktlinie zu ziehen zwischen analoger Tradition und digitaler Innovation. Dabei werden Faktoren vorgestellt, die DJs beeinflussen in ihren Einstellungen und ihrer Nutzung von Technik.

3.1 DIE TECHNIK– UND MEDIENGESCHICHTE DES DJING

3.1.1 VORGESCHICHTE

Vor der Geschichte des DJs beginnt die Geschichte seiner Technik und Medien. Im Jahre 1877 gelang es Thomas Alva Edison und seinem Team von Ingenieuren erst-

mals akustische Signale in einer Tiefschrift auf einer mit Stanniol (Zinnfolie) bespannten Walze aufzuzeichnen.

Edisons Phonograph mit seinen zylinderförmigen Tonträgern begründete später eine Tonträgerindustrie, wie auch den Markt für Abspielgeräte. Die Phonographen-Walzen mussten allerdings einzeln bespielt werden, bis 1902 ein Gießverfahren zu ihrer kostengünstigen massenhaften Herstellung aus Wachs entwickelt wurde. Für Musikeinspielungen bedeutete dies, auf möglichst viele Aufzeichnungsgeräte im Raum das Stück immer und immer wieder aufzunehmen.

Emil Berliner gilt als Erfinder der ersten plattenförmigen Tonträger, in deren wachsüberzogene Oberfläche er erstmals 1885 eine spiralförmige Tonrille in Seitenschrift⁴⁷ eingravierte. Durch das elektrochemische Verfahren der Galvanik war es möglich, eine Matrize für Kopien aus Hartgummi oder Schellack herzustellen. Abspielgerät war hierfür das Grammophon, das 1888 erstmals vorgeführt wurde, und im Folgejahr – mit einem großen Schalltrichter ausgestattet – deutlich verbessert wurde. Joseph Berliner, sein Bruder, leitete die Deutsche Grammophon Gesellschaft, die 1898 damit begann, Schallplatten in Massenproduktion herzustellen, gefolgt von weiteren Plattenfirmen der ersten Stunde.

Beim Kampf um die Vorherrschaft zwischen dem Zylinder und der Schallplatte war die massenhafte und billige Vervielfältigungsmöglichkeit der entscheidende Faktor zu Gunsten der Platte. Abspielgeräte in verschiedenen

⁴⁷ im Gegensatz zur Tiefschrift ist die Information in der horizontalen Auslenkung, nicht in der vertikalen eingepreßt

Preisklassen und Ausführungen kurbelten die Verkäufe und damit Popularität von Musikern und Musikstücken an. Bereits mit den ersten Tonträgern begannen die Kämpfe um sein vorherrschendes Format.

Trotz Innovationen bei den Wachszyindern mit Verbesserung der Klangqualität und einer Spieldauer von bis zu vier Minuten, brachte Edison ab 1912 ebenso Schallplatten und Abspielgeräte auf den Markt. Diese Platte hatte eine besonders lange Spieldauer durch feinere Rillen, realisiert mit dem technischen Verfahren der Tiefenschrift. Später 1931 sollte Alan Dower Blumlein die Zweikanal-Technik (Stereo) erfinden, die - vereinfacht gesagt - die konkurrierenden Patente von Edison und Berliner, Tiefen- und Seitenschrift kombinierte. Die kommerzielle Einführung der Stereo-Schallplatte erfolgte jedoch erst 1958 durch die große amerikanische Plattenfirma Mercury Records.

Vor allem ab den 1920er Jahren begannen Kopfhörer und Lautsprecher das Trichtergrammophon zu verdrängen, und der Hörfunk erhielt Einzug in die Haushalte.

Mit dem Radio beginnt die Geschichte des DJs, der Person, die einer Öffentlichkeit eine Auswahl von Tonträgern präsentiert. Mit der Entwicklung des Radios zum Massenmedium wurde das Programm nicht mehr nur aus Live-Aufführungen von Musikern bestanden, sondern mehr und mehr wurde eine Auswahl von Schallplatten in den technisch entsprechend ausgestatteten Sendern abgespielt. Das Radio war bis zur Erfindung von Clubs und Diskotheken erst einmal das einzige Betätigungsfeld für DJs, Schellackplatten waren sein Medium. Er wurde zum Feindbild von Live-Musikern und zum Liebling von Plattenfirmen

und -Läden, deren Umsätze mit Radio-Aufführung beträchtlich stiegen.⁴⁸

Fortschritte in der Elektroakustik, vor allem in der Aufnahmetechnik, machten elektrisch betriebene Plattenspieler für den Massenmarkt erschwinglich und zwangen die Industrie zur Entwicklung eines Standard-Formates. Erst 1925 wurde die Umdrehungszahl der Schellackplatten auf 78 Umdrehungen pro Minute durch ein elektro-akustisches Aufnahmeverfahren der Deutschen Grammophon festgelegt.⁴⁹

Mit der Einführung von billigerem, leichterem und stabilerem Polyvinylchlorid (PVC) zur Herstellung von Schallplatten kurz nach dem 2. Weltkrieg und einem neuen Abtastsystem wurde ihre Klangqualität und die Spieldauer deutlich erhöht.

Verschiedene große Hersteller begannen wieder einen Wettkampf um das vorherrschende Format, der als ‚battle of the speeds‘ bekannt wurde. Während sich Schellackplatten mit 78 Umdrehungen pro Minute (englisch: rounds per minute: rpm) drehten, etablierte Columbia Records ab 1948 die 12-Zoll Langspielplatte (30cm) mit 33 1/3 rpm und kleinem Mittelloch.

RCA dagegen entschied sich ab 1949 für die 7-Zoll-Schallplatte (18cm) mit 45 rpm und großem Mittelloch, auch als ‚Single‘ bekannt. Um vergleichbare Gesamtspielzeiten zur LP zu erreichen, sollten mehrere dieser Platten in einer Buch-ähnlichen Verpackung angeboten werden, woher sich die heutige Bezeichnung ‚Album‘ ableitet.

48 vgl. Poschardt 2001: 42ff

49 vgl. Büchele 1999: 16ff

Die Plattenspieler waren zunächst nur für eine der Umdrehungs-Geschwindigkeiten konstruiert und liefen erst wahlweise mit 78, 45 und 33 1/3 rpm⁵⁰, nachdem kleinere unabhängige HiFi-Hersteller Modelle auf den Markt brachten, die das Streben der Plattenfirmen nach Exklusivität durchbrachen.⁵¹ Schellackplatten konnten weiterhin abgespielt werden, und die beiden neuen Formate 7-inch und LP ermöglichten den Konsumenten, zwischen verschiedenen Nutzungsarten und Preismodellen zu wählen. Diese Standards wurden vor allem in den USA durch die Record Industry Association of America ausgehandelt, und die Vinylschallplatte sollte in Folge dessen den Weltmarkt von Tonträgern erobern.⁵²

3.1.2 DIE ENTWICKLUNG DER HANDLUNGS- UND SACHTECHNIKEN DES DJING

Die beschriebenen Entwicklungen sind unmittelbare technische Voraussetzungen für die Entwicklung einer DJ-Kultur. Diese möchte ich im Folgenden an Hand der wichtigsten Handlungs- und Sachtechniken beschreiben, die das DJing charakterisieren. Mit Hilfe dieser differenzierten Sichtweise ist es zum einen möglich Veränderungen und Konstanten zu identifizieren, zum anderen ist sie

50 das große Mittelloch kann mit einem Adapter angepasst werden

51 vgl. Théberge 2001 : S.18

52 In Deutschland war es wieder die Deutsche Grammophon Gesellschaft, die 1951 die erste Langspielplatte veröffentlichte.

essentiell, will man die Konfliktlinien im Diskurs um das digitale DJing nachvollziehen.

Bis in die 1970er Jahre mit dem Phänomen „Disco“ als Ort und musikalisches Ereignis, gab es den ‚disc jockey‘ also hauptsächlich im Radio⁵³, und seine Tätigkeit bestand in erster Linie in der Auswahl und dem Abspielen von einzelnen Musikstücken hintereinander.

Dies änderte sich nachhaltig mit der Rolle des DJs als dem musikalischen Unterhalter einer Party, sei es in einem der frühen New Yorker Nobel-Nachtclubs der 1960er Jahre, etwas später auf den Blockparties in den Parks der Bronx oder in der Karibik bereits in den 1950er Jahren bei deren Vorbildern, den jamaikanischen Soundsystems.

Hierbei handelt es sich um Wagen, die mit großen Lautsprechern und Plattenspielern bestückt sind, die als eine mobile Diskothek durch die Städte Jamaikas zogen und zu einem wichtigen Bestandteil des dortigen Slum- und Ghettolebens wurden.⁵⁴ Die DJs dieser rollenden Diskotheken verwandelten die Schallplatte in ein Material, aus dem durch Manipulationen am Plattenteller (‚stopping‘, ‚rewind‘, ‚needle dropping‘) in Kombination mit einer besonderen Form der Moderation und des Sprechgesanges (‚toasting‘) eine Live-Show inszeniert wurde.⁵⁵

53 Auf weitere Beschreibungen von DJ-Aktivitäten etwa der Record-Hops im Rock'n'Roll muss aus Platzgründen verzichtet werden

54 vgl. Poschardt 2001 : 158ff

55 vgl. Wicke 2007 : 242

In der Frühphase der urbanen Clubs wurde den Betreibern klar, dass jemand für das Plattenauflegen gebraucht wurde, der es verstand, ein harmonisches Crescendo zu erzeugen, das die Gäste im Verlauf des Abends in seinen Bann ziehen und zum Tanzen animieren konnte.⁵⁶ In den 1960er Jahren entstand so der Prototyp des modernen Club-DJs, der seine Platten mittels zweier, in ihrer Lautstärke getrennt regelbarer Plattenspieler ineinander mischte.⁵⁷ Neue technische Entwicklungen spielten auch hier eine wichtige Rolle für die musikalischen Innovationen.

SACHTECHNIK: DER MIXER

Enorme Wichtigkeit erlangte eine Erfindung mit der schlichten Bezeichnung 'mixer', ein in seinen frühen Tagen kleines Gerät, das es stark vereinfachte, separate Klangquellen (mit Hilfe nah zusammen liegender Lautstärkeregler) zu kombinieren. Die Clubs integrierten den Mixer in die technische Ausstattung, was eine entscheidende Veränderung in der Arbeitsweise der Disco-DJs zur Folge hatte: das Mischen von Platten zu einem konstanten Fluss wurde zur Norm.⁵⁸ Zwei Arten von Vinylplatten standen dem DJ zur Verfügung: die oben beschriebene 7inch-Single (45rpm) und 12-inch große LP (33rpm).

Disco, als erste an den Turntables entstandene Form der Popmusik, wurde durch das Zusammenspiel mehrerer notwendiger Faktoren konstituiert. Entscheidend war der Ort ihrer Genese, der Club. Die dort anwesenden Konsu-

56 vgl. Poschardt 2001: 104ff

57 ebd.

58 ebd.

menten konnten die Musik (über die Vermittlung des DJs) effektiv steuern, denn nur, wenn sie dazu tanzten, war es Disco, sonst nicht.

Ebenfalls entscheidend war die Leistung des DJs um dies zu erreichen, denn Disco-Platten im eigentlichen Sinn gab es bis 1975 nicht.⁵⁹ Die DJs mussten aus dem vorhandenen Material, das sie bevorzugten⁶⁰, durch künstliche Verlängerung, Überlagerung und Umgestaltung mit Hilfe der Plattenspieler etwas Neues erstellen, das die Tänzer in dieser speziellen Club-Atmosphäre animierte. Dabei blieben die DJs allerdings zunächst passive Verwerter in dem Sinne, dass sie keinen Einfluss auf die Produktion der eigentlichen Ausgangsmidien (also der Schallplatten) ausübten, sondern auf Platten warteten, die im speziellen Kontext des Clubs funktionierten und von ihnen in ihrem Mix verwertet werden konnten.⁶¹

SACHTECHNIK: DIE SCHALLPLATTE (12 INCH VINYL)

Die drei Minuten Spielzeit der Single reichten nicht aus, um eine clubtaugliche Discoversion eines Titels darauf unterzubringen. So wurde „das erste mediale Produkt der DJ-Culture (...) eine neue Plattenform: die Maxisingle“⁶². Diese, auch 12-Inch-Single genannte Schallplatte war so groß wie eine LP, wurde aber wie die 7-Inch-Single auf 45 rpm abgespielt. Sie hatte zwei entscheidende Vorteile: zum einen konnte eine erheblich längere Version eines Titels auf eine Seite gepresst

59 vgl. Moston 2004: 16

60 etwa Soul- und Funkplatten, südamerikanische oder afrikanische Percussionmusik oder Rock n Roll-Elemente

61 vgl. Poschardt 2001: 110

62 ebd.

werden und zum anderen war eine bessere Klangqualität, höhere Lautstärke und Dynamik als auf den kleinen 7-Inches möglich.⁶³

Eng mit der Verbreitung dieses neuen Formates verbunden war die Idee des Remix. Hierbei geht es einerseits darum, den Aufbau eines Titels den Bedürfnissen der DJs anzupassen, so dass er sich etwa durch ein funktionaleres Arrangement besser mit einem anderen mischen lässt. Zum anderen geht es darum, durch die Abmischung den Klang für die Anlage eines Clubs zu optimieren. Ausgangsmaterial für diese Neubearbeitung waren früher die Masterbänder der Studioaufnahme, während es heute bei digitaler Musikproduktion Einzelspuren oder einzelne Klangelemente im Datenformat sind.⁶⁴

**HANDLUNGSTECHNIK : BREAKBEAT
(O. 'BACKSPINNING' VON ENGL. : ZURÜCKDREHEN)**

Die Block Parties, die Anfang der 70er Jahre in Parks oder Schulen der New Yorker Bronx stattfanden, gelten als Ursprungsmoment der HipHop-Kultur, deren musikalische Ausdrucksform vor allem als Rap weltbekannt und kommerziell sehr erfolgreich wurde. In einer detailreichen Geschichtsschreibung über die Anfänge dieser Bewegung beschreibt David Toop die Parallelen und die Unterschiede zu Disco und nennt als wichtigste Gemeinsamkeit, dass sowohl

⁶³ vgl. Fikentscher

⁶⁴ 1976 erschien die erste im Plattenladen erhältliche Maxisingle. Der Titel war „Ten Percent“ von Double Exposure und auf dieser 12-Inch befand sich ein Remix von Walter Gibbons, der das dreiminütige Original auf über neun Minuten ausdehnte, mit einem sich langsam steigernden Aufbau, der genau auf die Wünsche des New Yorker Discopublikums ausgerichtet war und damit eine Art Blaupause für die folgenden Maxisingles darstellte. (vgl. Poschardt 2001 : 127)

Disco als auch HipHop-Musik eine Erfindung von DJs waren. Während jedoch die Erfolgsgeschichte der Disco-DJs eher in glitzernden Clubs stattfand, sind die frühen Protagonisten der HipHop-Geschichte – analog zu den jamaikanischen Soundsystemen – mobile Party-DJs, die vermehrt im öffentlichen Raum der afroamerikanisch geprägten Armenviertel der Stadt auftraten.⁶⁵

‘Kool DJ Herc’ gilt als ihr erster Vertreter und gleichzeitig als tanzender Konsument der lokalen Disco-DJs, der bei seinen Auftritten in der Bronx bemerkte, dass einige der Tänzer häufig nur auf eine bestimmte Passage einer Platte warteten, um dann ihre akrobatischen Tanzschritte vorzuführen. Die ‘breaks’, also die spärlich instrumentierten Rhythmuspassagen der Stücke, klangen mit seinem großen Soundsystem besonders gut und animierten besonders die später als ‘breakdancers’ oder ‘breakers’ bezeichneten Tänzer und mit ihnen auch den Rest des Publikums zum Tanzen. Der DJ hatte nun die Idee, mit zwei Exemplaren derselben Platte diese Break-Passagen künstlich zu verlängern, indem er sie abwechselnd auf dem einen und auf dem anderen Plattenspieler laufen ließ. Mit dieser einfachen wie bahnbrechenden Praxis hatte er den Breakbeat-Mix geschaffen, die Basis der HipHop-Musik.⁶⁶

Ein direkter Nachfolger und faszinierter Beobachter von ‘Kool DJ Herc’ und seinem Soundsystem war Joseph Saddler, besser bekannt als ‘Grandmaster Flash’. Der bemängelte dessen Ungenauigkeit und sah die Hauptursache auf technischer Seite.

⁶⁵ vgl. Toop 1992 : 74

⁶⁶ vgl. Poschardt 2001 : 165ff

SACHTECHNIK: DER KOPFHÖRER
HANDLUNGSTECHNIK: DAS VORHÖREN (ENGL.: 'CUEING')

Hercs Mischpult fehlte die Funktion in die Platte vorhören zu können, die er in die laufende Platte hineinmischte. Das führte zu Brüchen im Musikfluss, die insbesondere über die mächtige Anlage die Tänzer sichtlich irritierten. Grandmaster Flash hatte diese Funktion beim Disco-DJ Pete Jones gesehen und als Grund für dessen perfekte Überblendungen erkannt. Ausgebildet als Elektrotechniker war er in der Lage seine eigene Anlage so zu modifizieren, dass auch er mit einem Kopfhörer die Platten vorhören konnte. Mit der Geschwindigkeitskontrolle am Plattenspieler war es nun möglich das Tempo des nächsten Stückes genau anzugleichen, bevor er es hörbar machte und zum anderen konnte die Platte exakt an einer gewünschten Stelle gestartet werden. Diese technische Neuerung ermöglichte eine höhere Genauigkeit, so dass der Fluss der Musik nicht mehr unterbrochen wurde.⁶⁷ Heute ist die Vorhörfunktion integraler Bestandteil eines jeden DJ-Mixers.

Dieser Teil der Geschichte illustriert anschaulich die Wechselwirkungen zwischen den beteiligten Menschen und den technischen Gegenständen, aber auch (betreffend der Handlungstechniken) die Wechselwirkungen zwischen den einzelnen handelnden Individuen. Ein DJ beobachtet den anderen, übernimmt Technik und Techniken, erweitert sie und entdeckte neue, die dann ihrerseits wieder übernommen werden. Im selben Verlauf der Geschichte entsteht die nächste DJ-Innovation, das 'scratching'.

⁶⁷ ebd.

HANDLUNGSTECHNIK: 'SCRATCHING' (VON ENGL.: KRATZEN) & 'CUTTING' (VON ENGL.: SCHNEIDEN)

Der Überlieferung nach entdeckt 'Grandwizard Theodore'⁶⁸ Gefallen am Klang des Vor- und Zurückdrehens einer Schallplatte just in dem Moment, als ihn seine genervte Mutter auffordert die Anlage in seinem Zimmer leiser zu drehen und er deshalb inmitten seiner DJ-Übungen abrupt die laufende Platte anhält.⁶⁹

Er setzte im Folgenden die Geräusche des 'scratching' rhythmisch ein, verbesserte seine Techniken und präsentierte sie der Öffentlichkeit. Wieder wurden sie von anderen übernommen, erweitert und popularisiert.

Der Grund dafür, dass die Handlungstechnik des 'scratching' in den Massenmedien als musikalische Sensation (oder gar Revolution) bewertet wurde – und weniger die 'Erfindung' des Breakbeats – mag daran liegen, dass der scratchende DJ innerhalb weniger Sekunden visuell und auditiv vermittelt, dass das Medium Schallplatte manipuliert wird, um neue Klänge zu erzeugen. Bis heute wird das diffuse Bild des DJs in den Medien (in Werbespots, Musikvideos etc.) oft auf diesen Aspekt seiner Tätigkeit reduziert.⁷⁰

“Der unorthodoxe Umgang, gegen die Weisungen der Gebrauchsanleitung, wurde mit Klängen belohnt, die bisher ungehört waren. Das Scratching der Plattennadel war am Anfang ein Akt roher Akzentuierung innerhalb der Rhythmusstruktur. Wie bei allen Innovationen, seien sie technischer oder

⁶⁸ bürgerlich Theodore Livingston kaufte als 'record boy' für Grandmaster Flash Platten ein, da dieser wegen eines Kurierjobs dafür keine Zeit hatte

⁶⁹ vgl. Niemczyk & Schmidt 2002: 34

⁷⁰ vgl. Moston 2004: 15

‘spielerischer’ Natur, verwandelte sich der Primitivismus schnell in höchste Kunstfertigkeit.⁷¹

In Verbindung mit immer weiter verbesserter Sachtechnik (Entwicklung und Verbreitung besonders geeigneter Mixer und Plattenspieler speziell für DJs) differenzierte sich die Handlungstechnik des ‘scratching’ über mehrere Jahrzehnte soweit aus, dass heute (HipHop-kulturell geprägte) Landesverbände internationaler Organisationen⁷² ihre Vertreter zu Weltmeisterschaften entsenden und dass sogar in akademischen und (progressiven) hochkulturellen Kreisen der Plattenspieler als Instrument anerkannt wird.⁷³

Zusammengefasst wird das Musizieren mit dem Plattenspieler als Instrument häufig mit dem englischen Begriff des ‘turntablism’, eine einheitliche Definition gibt es jedoch für diesen Teilbereich der DJ-Kultur noch nicht. Jason Belmont und Raul Yanez entwickelten eine Notationsform für Scratches, so dass im Jahre 2001 in Tempe, Arizona erstmals ein Konzert für Sinfonieorchester und Plattenspieler (‘Concerto for turntable’) mit einem Turntable-Solisten aufgeführt wurde.⁷⁴

71 Poschardt 2001 : 365

72 namentlich die seit 1983 bestehenden „DMC championships“ oder die International DJ Association, 1996 ursprünglich als International Turntablist Federation ITF gegründet, die mit ihren Veranstaltungen Aufmerksamkeit auf diese Musikentwicklung lenken und eng mit Herstellern von DJ-Technik zusammenarbeiten

73 vgl. Beckmann 2002, vgl. Wicke 2007

74 vgl. Beckmann 2002

SACHTECHNIK : TURNTABLE (ENGL. : PLATTENSPIELER)

Seit 1980 baut die Firma Technics den Plattenspieler SL 1200 MK2⁷⁵ speziell für DJs in nahezu unveränderter Bauform. Ein patentierter elektromagnetischer Antrieb ersetzte den verschleißanfälligen Riemenantrieb und erzielte minimale Gleichlaufschwankungen sowie eine präzise Geschwindigkeitskontrolle über einen Schieberegler (+/- 8%).⁷⁶

Eine kleine Beleuchtung der Nadel, eine große Start/Stop-Taste und ein höhenverstellbarer S-förmiger Tonarm sind weitere Charakteristika. Durch seine robuste, einzigartige⁷⁷ Bauweise und Zuverlässigkeit konnte sich dieses Modell als weltweiter Standard in Clubs und Discotheken etablieren und definierte damit den DJ-Turntable.⁷⁸ DJs, die sich ihre Fähigkeiten, ihre Techniken auf einem bestimmten Modell mit ganz bestimmten physikalischen Eigenschaften angeeignet und eingeübt haben, benötigen bei ihrer Aufführung das selbe zuverlässig funktionierende ‘Instrument’.

Es gibt zahlreiche Modelle anderer Hersteller, die sich an die Bauform anlehnen, sowie spezielle auf bestimmte Zielgruppen und ihre besonderen Handlungstechniken zugeschnittene Plattenspieler-Innovationen (etwa für die Nutzung als Instrument).

75 in der Farbe schwarz bzw. SL 1210 MK2 in silber

76 Einstellbar sind zudem die Abspielgeschwindigkeit 33^{1/3} rpm oder 45rpm, Schellackplatten mit 78rpm spielen hier keine Rolle mehr.

77 durch Patente gesichert

78

Zudem gibt es Firmen, die sich auf Tonabnehmersysteme für die besonderen Bedürfnisse von DJs spezialisiert haben. Unterschiedliche Bauweisen und Nadelschliffe erwiesen sich geeigneter für bestimmte Handlungstechniken und zur Wiedergabe bestimmter Musikstile als andere. Im Vergleich zu herkömmlichen HiFi-Tonabnehmersystemen sind DJ-Systeme robuster gebaut und haben ein deutlich höheres Eigengewicht, um eine zuverlässige Wiedergabe auch unter widrigen Bedingungen und dem DJ-spezifischen Umgang mit dem Plattenspieler zu gewährleisten.

SACHTECHNIK : SLIPMAT

Zu diesem besonderen Umgang zählt auch die Praxis, auf den Plattenteller eine Filzmatte zu legen, auf der die Schallplatte aufliegt. Diese macht es möglich, die Platte mit der Hand anzuhalten und zu bewegen, ohne den drehenden Teller abzubremesen. Lässt der DJ die Platte los, nimmt sie ohne größeren Zeitverlust die Umdrehungsgeschwindigkeit des Tellers auf, was präzise Einsätze, 'scratching', ein schnelles 'Vor- und Zurückspulen' oder ein präzises Anchieben und Abbremsen bei der Temposynchronisierung ermöglicht. Erwähnenswert ist hier, dass dieser Gegenstand mit hohem Gebrauchswert zusätzlich kultiviert wurde, als man begann, ihn mit Logos, Namen und Ornamenten bedruckt zu verkaufen. Die Slipmat ist seitdem eine Möglichkeit, seinen (Standard-)Plattenspieler individuell zu kennzeichnen und zu schmücken.

HANDLUNGSTECHNIK : TEMPOSYNCHRONISIERUNG (ENGL. : BEATMATCHING ')

Hierbei wird mittels eines sogenannten 'pitch'-Reglers (Geschwindigkeitskontrolle meist +/- 8% oder mehr) am Plattenspieler (oder CD-Player) ein Musikstück im Tempo an das andere angeglichen. Dies kann stattfinden, während beide Stücke zu hören sind oder aber mit Hilfe des Vorhörens im Kopfhörer vorbereitet werden, während nur eines der Stücke für das Publikum hörbar ist.

SACHTECHNIK : DIE CD

Wie bereits erwähnt löste die CD seit den frühen 1980er Jahren Schritt für Schritt die Schallplatte als vorherrschendes Medium für den Verkauf und Konsum von Musik ab. In den spezialisierteren Nischen-Märkten der DJ-Musik jedoch konnte sie sich trotz ihrer praktischen Vorteile nie derart dominant positionieren wie auf dem globalen Musikmarkt. Seit der Verbreitung von CD-Brennern und mit ihr der Möglichkeit des Kopierens und Vorbereitens eigener Zusammenstellungen konnten auch DJs von den praktischen Vorteilen (Klangqualität, Gewicht/Größe und daraus resultierend größere Musikauswahl, etc.) überzeugt werden. Um die genannten, etablierten Handlungstechniken des DJs mit dem neuen Medium CD kompatibel zu machen, bedurfte es wiederum der Entwicklung neuer Sachtechniken.

SACHTECHNIK : DER CD-PLAYER

Für die unterschiedlichen Bedürfnisse und Budgets gibt es heute eine Vielzahl an DJ-CD-Playern verschiedener Hersteller. Die Grundfunktionen, wie sie der Plattenspieler bietet (Geschwindigkeitskontrolle, Start/Stop), werden ergänzt durch verschiedene Einstellungs- und Darstellungsmodi auf einem digitalen Display. Typische Funktionen des CD-Players finden sich natürlich mit der direkten Titelanwahl über Skip-Taster, Vor- und Zurückspulen.

Es gibt platzsparende kompakte Doppel-CD-Player zum Einbau in genormte Möbel und Kisten zum Transport. Diese sind besonders attraktiv für mobile Dienstleister und für Clubs, die eine feste technische Konfiguration installieren möchten.

HANDLUNGSTECHNIK: DAS MIXING (VON ENGL. : MISCHEN)

In einer arbeitssoziologischen Beobachtung des Techno-DJs beschreiben Hitzler und Pfadenhauer die Handlungstechnik des Mixens (als Kombination spezifischer noch kleinteiligerer Handlungen) und begründen schlüssig das Moment der Neukreation eines DJs in Abgrenzung zum einfachen Abspielen von Schallplatten:

“Vielmehr kreiert der DJ die Musik zum Tanzen in der Partysituation selber – nur eben nicht mit herkömmlichen Instrumenten, sondern mittels Tonträgern, Plattenspielern, Mischpulten und anderen elektronischen Geräten. Im Wesentlichen werden dabei Sound-Sequenzen vom DJ [...] eingefügt in eine situative Soundkomposition – sozusagen in Akten der spontanen Neuschöpfung und Modifizierung der [...] ‘tracks’ (von engl.: Spuren). Der DJ führt dabei Tracks sozusagen zusammen, lagert sie aufeinander, schiebt sie ineinander

und achtet dabei darauf, interessante bzw. technisch anspruchsvolle, verblüffende und von virtuoser Fingerfertigkeit zeugende ‘Übergänge’ zu schaffen.”⁷⁹

Sie verweisen in diesem Zusammenhang außerdem auf die Arbeit mit dem “Equalizer” (‘EQing’), also den Frequenzeinstellungsreglern am Mixer, mit denen beim Mixing gearbeitet wird, indem die Einstellungen etwa der Bass-Frequenzen oder der Höhen für jeden Kanal einzeln modifiziert werden, um ästhetische oder funktionale Effekte zu erzielen. Besonders in den Genres der elektronischen Tanzmusik wie House, Techno oder Drum’n’Bass ist die Eigenart und Kunstfertigkeit des DJs beim “Verweben des vorhandenen Soundmaterials zu oft stundenlang dauernden, komplexen Klangteppichen”⁸⁰ (neben der Musikauswahl) von essenzieller Bedeutung.

SACHTECHNIK : DER COMPUTER

Beim DJing kommen seit der beschriebenen Digitalisierung der Musik, Entwicklung neuer Anwendungen und den rasanten Fortschritten in der Computertechnik seit Beginn des 21. Jahrhunderts vermehrt Laptops zum Einsatz. Meist werden diese mit einem sog. Audiointerface verbunden, da die ab Werk verbauten Schnittstellen nicht den Bedürfnissen von DJs genügen.

⁷⁹ Hitzler & Pfadenhauer 2008 : 34

⁸⁰ ebd.

TECHNOLOGIE : DIE DATEI (*.WAV, *.MP3, *.AIFF, ETC.)

Bereits ausführlicher besprochen wurde das erste körperlose Medium in der Geschichte des DJing: Die Datei, ein Strom aus digital codierten Informationen ohne haptische Entsprechung. Die Datei kann auf optischen Speichermedien (DVD-R, CD-R) Festplatten (intern, extern) oder anderen handlichen Medien (USB-Stick, SD-Card, Flash-Card etc.) gespeichert und kopiert werden.

Dateien werden in Dateisystemen verwaltet, die üblicherweise als Ordnerstruktur dargestellt werden. Ihnen ist ein Dateiname zugewiesen, dessen Endung nach dem Punkt das Format angibt. Unkomprimierte, verlustfreie Formate sind etwa WAV und AIFF, das verbreitetste codierte, in der Dateigröße reduzierte Format ist MP3.

MP3-Dateien können sogenannte ID3-Tags enthalten, die mit einem entsprechenden Programm editierbar sind und weitere Informationen über die Musikdatei speichern können wie Interpret, Titel, Album, Erscheinungsjahr, Genre etc. und eine Grafik der Covergestaltung. Dateien können abgespielt werden durch einen Computer mittels Software oder durch ein Medien-Abspielgerät wie einen MP3-Player bzw. einen MP3-fähigen CD-Player.

TECHNOLOGIE : SOFTWARE

Die weite Verbreitung der klassischen Handlungstechniken des DJings, also dem kunstvollen Zusammenmischen verschiedener Musikstücke vor allem mit Plattenspielern und die Manipulation und Genese von Klängen mit Hilfe des Mediums Schallplatte führte im Zuge der Digitalisierung dazu, dass sich die Hersteller von DJ-Technik darum bemühten, die Vorteile der digitalen Medien mit

dem bewährten Schallplatten-Handwerk und seiner besonderen Haptik zu verbinden.⁸¹

Mit sogenannten Vinyl-Control-Systemen⁸² (Technologie plus Sachtechnik : Vinyl-Control) ist es mithilfe eines Laptops, eines Interfaces, speziellen so genannten Timecode-Schallplatten und der entsprechenden Verkabelung möglich, über ein Mischpult mit Plattenspielern jede Form von digitaler Musik abzuspielen, als besäße man sie auf Vinyl. Dabei verarbeitet der Computer zunächst die Informationen der Timecode-Platten und gibt die Audiosignale über das Interface an das Mischpult zurück. Diese Apparatur ist relativ kostspielig, besonders natürlich, wenn man nicht sowieso über einen leistungsstarken Laptop verfügt. Einsparungen können dafür auf Seiten des Musikkaufes gemacht werden, da man einzelne Titel gezielt kaufen oder auch illegal herunterladen kann und nicht zwangsläufig zum teuren Medium Vinyl greifen muss.

Eine weitere erwähnenswerte Entwicklung ist die DJ-Software „Traktor“ der Berliner Software-Firma Native Instruments. Das Programm bietet an, mehrere virtuelle „decks“ (umgangssprachlich engl. für Plattenspieler), von denen jeweils MP3s oder andere digitalisierte Musikstücke abgespielt werden, über ein ebenso virtuelles Mischpult zu regeln. Die Software ersetzt somit Plattenspieler wie

⁸¹ Bereits erwähnt wurden die CD-Player mit DJ-Funktionen wie Pitch (Reglung der Geschwindigkeit zur Angleichung des Tempos), Pitchbend (kurzes Anschieben und Abbremsen) oder Scratching

⁸² hier zu nennen sind als erste marktreife Produkte Final Scratch (von Stanton, Produktion eingestellt) und Serato Scratch Live (Hardware hergestellt und vertrieben von Rane). Heute 2009 gibt es zahlreiche Hersteller mit Vinyl-Control-Systemen wie etwa Native Instruments mit Traktor Scratch, M-Audio mit Torque, Reloop mit Spin!, Mixvibes mit DVS Pro oder auch kostenfreie Open Source Projekte wie xWax DJ DVS

auch CD-Player und bietet die Möglichkeit, einzig und allein von einem Laptop etwa mit einer MP3-Sammlung einen DJ-Mix mit klassischen Techniken wie Equalizer, Fader, Filter ebenso wie Loops oder computerbasierten Algorithmen zur Temposynchronisierung zu spielen. Traktor ist nicht die einzige DJ-Software auf dem Markt, jedoch zur Zeit vermutlich die verbreitetste und professionellste Anwendung.⁸³

Besonders bei Computersoftware wird deutlich, wie viel Einfluss die Nutzer auf die Entwicklungsprozesse der Technik und Technologien haben, denn meist wird Software in fortlaufenden Versionen verändert, verbessert, optimiert und erweitert.

Kaum ein marktfähiges Standardprogramm ist tatsächlich fertig, jede implementierte Verbesserung birgt neue Fehlerquellen, die erst in der alltäglichen Nutzungssituation offenkundig werden. Nutzer sind gezwungen, sich Programme kreativ und vielsinnig anzueignen. Als Konsequenz verwenden sie die Programme nie nur so, wie es eigentlich geplant ist.⁸⁴ Die Nutzer können zudem den Entwicklern ihre Ideen und Wünsche kommunizieren, von denen versucht werden kann, die sinnvollsten und wichtigsten in einer nächsten Version umzusetzen. DJs sind also an dieser Stelle, insbesondere bei Beta-Tests⁸⁵, beson-

83 Native Instruments stellte 2007 mit Traktor Scratch ebenso ein Vinyl Control System vor, das mit weiteren Funktionen versucht die Eigenheiten des Vinyl-Auflegens nachzuempfinden. Etwa wird der Gleichlaufschwankung bei quartzgetriebenen Plattenspieler-Laufwerken von etwa 0,3% eine besondere psychoakustische Bedeutung in der Dynamik beigemessen, weshalb auch diese Unregelmäßigkeit auf die abzuspielende MP3 Datei gerechnet wird.

84 vgl. Degele 2002 : 117

85 in der Beta-Testphase einer Software wird diese vor ihrer offiziellen Veröffentlichung kostenfrei an (ausgewählte oder interessierte) Nutzer herausgege-

ders stark in die Entwicklung ihrer Werkzeuge einbezogen, die entsprechend schneller auf neue Bedürfnisse eingehen kann, als es bei der Herstellung von Hardware (DJ-Technik) der Fall ist.

SACHTECHNIK : CONTROLLER

Mit dem Einzug des Computers ins DJing entstand ein Bedarf für DJ-Controller, die meist über die USB-Schnittstelle an den Laptop angeschlossen werden. Diese Geräte verfügen häufig über verschiedene Taster, Dreh- und Schieberegler, mit denen zugewiesene Parameter der Software gesteuert werden können. Controller können somit die haptische Entsprechung der Softwarefunktionen sein, die wiederum virtuelle Entsprechung der Funktionen der oben vorgestellten Sachtechniken wie Plattenspieler, CD-Player oder Mixer darstellen. Wie auch bei den erwähnten Vinyl-Control-Systemen (die gewissermaßen auch in die Kategorie ‚Controller‘ fallen) werden auf diesem Wege bestimmte traditionelle Handlungstechniken in die Computerwelt überführt.

ZUSÄTZLICHE SACH- UND HANDLUNGSTECHNIKEN

Neben den oben erwähnten Sachtechniken gibt es eine ganze Reihe weiterer Geräte, die von DJs eingesetzt werden. Effektgeräte, das Mikrofon und Gerätschaften aus der Musikproduktion wie Drumcomputer, Sampler oder Sequencer können die individuelle Technikkonfiguration ergänzen. Sie werden unterschied-

ben, um wertvolle Rückmeldungen zum Programm zu erhalten und Fehlfunktionen rechtzeitig korrigieren zu können, die sich erst in der Anwendung zeigen.

lich in Abhängigkeit von Musikgenres und künstlerischen Präferenzen genutzt.

Die erwähnten Handlungstechniken erscheinen mir als die wichtigsten. Abhängig von der Haptik der Medien und Geräte lassen sich noch kleinteiligere Handlungen identifizieren, die jedoch nicht näher zum Kern des DJings führen, sondern nur weitere Facetten einer über Jahrzehnte ausdifferenzierten Kulturpraxis mit ihren technischen Artefakten zeigt.

3.1.3 PROZESSE DER TECHNISIERUNG (HABITUALISIERUNG VS. ALGORITHMISIERUNG)

Rammert gibt zu bedenken, dass Erfindungen nicht zufällig vom Ideenhimmel fallen, sondern häufig in Gruppen auf Praxisfeldern mit großem Aufmerksamkeitswert und starkem Problemdruck entstehen. Technische Innovationen tauchen nicht einfach so einzeln auf, sondern entwickeln sich in gehäuften Innovationsschwärmen.⁸⁶ Erfinden sei eine soziale Praxis, nämlich durch kreatives und experimentierendes Handeln neuartige und sozial akzeptable Lösungen angesichts selbst definierter, ganz konkreter Probleme zu entwickeln und als Innovation dauerhaft zu etablieren.⁸⁷

Betrachtet man den Computer und das Internet, bestehend aus Siliziumchips, magnetischen Speichermedien und Glasfaserkabeln, liegt der Kern dieser

⁸⁶ Rammert 2007, S.20

⁸⁷ ebd. S.24

Technologien in der Technik der Zeichenverarbeitung, den Programmen des PC und den Protokollen des Internets.

Um das Technische nun in allen Aspekten zu erfassen und gleichzeitig den Unterschied zum Nicht-Technischen festhalten zu können, schlägt Rammert vor, den Prozess der Technisierung vom Trägermedium zu trennen. Die *Technisierung* sei "die besondere formgebende Praxis, Elemente, Ereignisse oder Bewegungen, kunstfertig und effektiv in schematische Beziehungen von Einwirkung und notwendiger Folge zusammensetzen. Handlungen, natürliche Prozessabläufe oder Zeichenprozesse sind dann technisiert, wenn sie einem festen Schema folgen, das wiederholbar und zuverlässig erwartete Wirkungen erzeugt.

Diese Formen der Technisierung können in verschiedenen Trägermedien verkörpert, versachlicht oder eingeschrieben sein: Bei der Handlungstechnik werden körperliche Bewegungen einem Schema der Technisierung unterworfen: Wir sprechen von Habitualisierung, wenn Handlungen ohne Bewusstsein quasi-automatisch ablaufen."

Ein DJ, der über mehrere Jahre regelmäßig viele Stunden damit verbracht hat Schallplatten in einer Kiste auszuwählen, sie aus der 30x30cm großen Papphülle zu ziehen, auf den drehenden Plattenteller zu legen, den Tonarm mit der Nadel aufzusetzen, mit der Geschwindigkeitskontrolle (Pitch-Control) der Plattenspieler unter Zuhilfenahme der Mixers und des Kopfhörers zwei Musikstücke im Tempo zu synchronisieren, hat dies verinnerlicht. Er braucht in diesem Moment nicht lange zu überlegen noch unbedingt im Vollbesitz seiner geistigen und motorischen Fähigkeiten sein, da diese Handlung quasi-automatisch abläuft, habitualisiert ist.

Auf Maschinen bezogen nennt man diesen Prozess der Vereinfachung durch Spezialisierung Mechanisierung. Bei den Techniken der Zeichenverarbeitung handelt es sich beim Prozess der Zerlegung von Anweisungen in einfachste und eindeutige Befehle, die zu Programmen für eine sequentielle Problembearbeitung zusammengefasst werden, um Algorithmisierung.⁸⁸

Beispielsweise der Vorgang der Temposynchronisierung wird in aktueller DJ-Software von Algorithmen bearbeitet. Per Knopfdruck kann der oben beschriebene Arbeitsschritt übersprungen werden, bzw. an den Computer mit seiner vielfach höheren Präzision delegiert werden.

Unter DJs bestimmter Musikgenres⁸⁹ sind solche Techniken jedoch nicht unumstritten, da sie den Wert der tradierten Handlungstechnik versierter DJs in Frage stellen und die Einstiegshürde zum DJing materiell, wie auch betreffend der Grundfähigkeiten herabsenken.

Ein Argument für die Nutzung einer solcher Funktion ist, dass ein quasi-automatischer, habitualisierter Prozess zeitlich drastisch verkürzt und technisch präzisiert wird und somit nicht länger die Aufmerksamkeit des DJs beansprucht, der sich nun um die anderen zahlreichen Möglichkeiten kümmern kann, die die neue Sachtechnik anbietet.

Man kann festhalten, dass sich mit dem Einzug der körperlosen Medien und der digitalen Technik die Möglichkeiten des DJs drastisch erweitern, was zu einer Individualisierung der Handlungs- und Sachtechniken führen kann, aber

⁸⁸ Vgl. Rammert 2007, S.16

⁸⁹ v.a. in denen traditionell mit der Technik des Beatmatching gearbeitet wird: namentlich etwa House, Techno, Drum 'n' Bass, Breakbeat

angesichts einer langen Tradition und einer anpassungsfähigen Elektroindustrie keineswegs muss. Da wissenschaftliche, technologische, wirtschaftliche und kulturelle Orientierungsgrößen in das Innovationshandeln eingehen, prägen sie auch die Projekte und die Gestalt der jeweiligen Technik.⁹⁰

3.2 KOMMUNIKATION UND KONSUM DES DJS IM DIGITALEN ZEITALTER

Während sich die skizzierte Technik, die Techniken und Technologien größtenteils auf die Aufführungspraxis des DJing beziehen, möchte ich im zweiten Analyseschritt weitere essentielle Tätigkeitsfelder des DJs beschreiben. Das Medium Internet bietet dem DJ neue Möglichkeiten, um zu kommunizieren, zu konsumieren und sich zu informieren. Um nachvollziehen zu können wie sich auch in diesen Bereichen eine digitale DJ-Kultur entwickelt, stelle ich kurz die wichtigsten Punkte vor.⁹¹

⁹⁰ vgl. Rammert 2007 : 20

⁹¹ eigene Recherche, aktuelle Internetseiten und teilnehmende Beobachtung sowie nicht-standardisierte Interviews mit bekannten DJs sind hierfür die Grundlage.

3.2.1

PRÄSENTATION UND INFORMATION

Für die Präsentation ist das Instrumentarium hier im Prinzip das selbe, das auch Musikgruppen und Musikern zur Verfügung steht, allen voran eigene Homepages und Social-Networking-Profile wie etwa beim einflussreichen Anbieter Myspace. Zur Kommunikation gibt es desweiteren spezielle Plattformen, Foren und spezialisierte Weblogs. Video-Streaming wie etwa von Youtube angeboten, kann heute eine wichtige Funktion bei der Vermittlung von DJ-Techniken (wie etwa Anleitungen zum Mixen oder Scratching, Live-Mitschnitte) und der Vorstellung von DJ-Technik (Produkttests) einnehmen. Während man vor der Verbreitung und Hochgeschwindigkeit des Internet noch einer anderen Person persönlich zuschauen musste – anfangs war dies ausschließlich im Club möglich – und auf diesem Wege ‚Unterricht‘ erhielt oder sich doch speziell vermarktete Lehr-Videos besorgte, kann dies heute auch durch Nutzer-generierte Inhalte (user generated content) ersetzt werden.

Statt einer lokalen Begrenzung über den Empfangsbereich eines Radio-Senders, ist beim Podcasting, dem ‚broadcasting‘ (engl.: Sendung, senden) im Internet ein weltweiter Zugriff möglich. Wer die Arbeit des DJs schätzt oder wen sie interessiert, etwa aufgrund des ‚guten Rufes‘ oder der Popularität durch Tonträgerveröffentlichungen, der kann ‚einschalten‘ und hören.

Wurden vor der digitalen Revolution noch Gegenstände wie Demo-Kassetten und Mix-CDs unter Veranstaltern, Fans und Freunden verbreitet, sind es heute Links, Podcasts, Downloads und Streams, die praktisch kostenfrei Empfänger

auf der ganzen Welt erreichen. Die Informationsbeschaffung über neue Musik, Handlungs- und Sachtechniken, wie auch die Beschaffung von Musik (und von Software) werden durch das Internet extrem beschleunigt.

Die Latenz zwischen den Ländern und Weltregionen, mit der ein neuer ‚Hit‘ oder ein neuer Trend ankommen und adaptiert werden kann, schrumpft mit der Verbreitung von Internetanschlüssen und der Hochgeschwindigkeit dieses Mediums. Das hat zur Folge, dass noch am selben Tag eine Nischen-Veröffentlichung, sei es in einem Subgenre der ausdifferenzierten elektronischen Tanzmusik, zeitgleich in Japan, Südamerika und Russland von lokalen oder auch weitgereisten DJs gespielt werden kann.⁹²

3.2.2

KONSUM

Zahlreiche MP3-Shops bieten mittlerweile ein umfangreiches, gut sortiertes Sortiment an Musik an, das durch professionelle digitale Vertriebsstrukturen ständig erweitert und aktualisiert wird. Suchfunktionen und Darstellungsoptionen nach Künstlern, Titeln, Labels, Erscheinungszeitpunkt etc. sollen eine Navigation durch die digitalen Musikmassen ermöglichen.

⁹² Hierbei spielen auch die MP3-Shops eine nicht zu unterschätzende Rolle, wenn es um die Repräsentation und Beeinflussung eines Massengeschmacks geht. Durch Verkaufs-Charts, TOP-10-Playlisten von berühmten DJs, durch die Auswahl und Gestaltung der begrenzten visuellen Werbeflächen und durch auf Konsumverhalten anderer Nutzer basierender Empfehlungen dank Filtern lassen sich Aufmerksamkeit und Kaufverhalten der Nutzer beeinflussen.

Ein DJ, der entschlossen ist Vinyl zu kaufen, hat vor allem zwischen zwei Modellen zu entscheiden. Zwischen dem klassischen Plattenladen, meist ein kleines Ladenlokal in belebteren Bereichen größerer Städte und dem Internet-Mailorder.

Der offline-Plattenladen bietet direkte, unvermittelte Kommunikation mit Menschen, häufig ein besonderes Ambiente, dessen spezieller Charme stark auch von der Musikauswahl und dem Geschmack der Betreiber abhängt.

Je nach Status als Kunde und je nach Unternehmenskultur des Ladens bekommt man Hinweise, Empfehlungen, eventuell exklusive Veröffentlichungen angepasst an den persönlichen Musikgeschmack.

Die Kommunikation zwischen Kunden, auch die non-verbale, etwa beim Anhören der Platten per Kopfhörer, sowie die Möglichkeiten der Informationsbeschaffung über ausliegende Party-Flyer, Magazine etc. machen das Erlebnis des Plattenladens aus. Laut De:Bug gibt es heute jedoch nur noch etwa halb so viele Plattenläden wie vor zwanzig Jahren.⁹³ Das hat zum einen natürlich mit der Einführung der CD und ihrem Verkauf in großen Kaufhäusern, im Elektrohandel und an Tankstellen zu tun, die jüngste Entwicklung des Plattenladensterbens geht jedoch auf die Digitalisierung und das Internet zurück.

Neben der Entwicklung des digitalen DJings sind es insbesondere die Vinyl-Mailorder, die durch Großeinkäufe und Sonderkonditionen mit Großhändlern die Ware deutlich günstiger anbieten können, ein größeres Sortiment verfügbar haben und bequem nach Hause liefern. Das Internet erleichtert die Recherche nach gewünschten Musikinformationen erheblich. Der Konsument ist in der Lage, sich

93 Feldhaus 2007 : 18

über einen Tonträger nicht nur ausreichend zu informieren, sondern kann diesen komfortabel über Audio-Samples probeweise anhören und unabhängig von Öffnungszeiten direkt online bestellen.⁹⁴ Über Email-Newsletter bekommt er regelmäßig Informationen über Neuerscheinungen und auf der Website stehen einige Instrumente wie Genre-spezifische Verkaufs-Charts zur Verfügung, die eine Orientierung im großen Sortiment erleichtern sollen und gleichzeitig ein Marketing-Werkzeug des Shops zur Beeinflussung des Absatzes ist.

3.2.3 VON DER ANALOGEN ZUR DIGITALEN DJ-PROMOTION

Die Promotion von Club-Musik besteht seit der Gründung des ersten „DJ-Record-Pool“ 1975 im gezielten Versand von kostenlosen, durch die Plattenfirmen bereitgestellten „Promos“ auf Vinyl. Der DJ wurde von der Plattenindustrie als wichtiger Kommunikator ihrer Produkte erkannt und die Idee der Bemusterung von Club-DJs differenzierte sich im Laufe der Jahrzehnte weiter aus, analog zur Ausdifferenzierung der musikalischen Genres und Subkulturen. Sowohl auf dem Mainstream-Markt, als auch auf Nischenmärkten erwies sich die Club-Promotion als wichtiges Instrument zur Popularisierung neuer Musik. Außerdem erhalten die Plattenfirmen durch Bewertungs-Systeme und Indikatoren wie Trendcharts auf diesem Wege wichtige Resonanzen für die Neuerscheinungen.

94 vgl. Block & Pohl 2006 : 8

DJs erhalten häufig spezielle Testpressungen, an deren Erfolg die Firmen ihre Auflagen und ihr Marketing anpassen können. Manche Tonträger enthalten besondere, exklusive Remixe von den Stücken (Bearbeitungen), die besonders attraktiv für eine Zielgruppe sein sollen.

„White Label“ bezeichnet dabei eine Schallplatte, die keinen Aufdruck hat (oder aber nur einen Stempeldruck, einen Aufkleber o.ä.), die sehr kostensparend, möglicherweise in sehr kleiner Auflage produziert wurde und den Zweck hat, vor offizieller Veröffentlichung eines Musikstückes für den DJ spielbar zu sein.

Viele White Labels beinhalten auch exklusive Versionen und Stücke, die nicht offiziell erscheinen (etwa aus urheberrechtlichen oder marktstrategischen Gründen), andere sind nur Testpressungen der später erscheinenden Großauflagen.⁹⁵ White Labels haben für DJs den Reiz des Exklusiven, da sie meist nur in geringer Auflage existieren und im Wettlauf auf neue, spezielle Musik einen Vorsprung suggerieren. Sie spielten vor allem in den Anfängen der Clubbewegung und später besonders in hochspezialisierten Nischen-Musikarten eine wichtige Rolle beim Austausch von Musik zwischen DJ, Produzenten und Labels.

Der hohe Preis von Schallplatten, die sich veränderten Rahmenbedingungen und die neuen technischen Nutzungsmöglichkeiten verlagerte die Promotion ins Internet. Während die Vinyl-Auflagen in den letzten Jahren fielen und damit den einzelnen Tonträger verteuerten, stiegen auch die Portokosten zur Verschickung einer Schallplatte an.

⁹⁵ vgl. Wonneberg 2007 : 247

Die digitale Alternative, einhergehend mit der vermehrten Nutzung digitaler DJ-Technik (CDs und MP3) und des Internets, besteht in der fast kostenfreien Vervielfältigung und Verschickung der Daten (oder als Links) per Email oder dem Angebot von Downloads etwa in einem passwortgeschützten Portal der Promotion-Firma. Entscheidende Neuerung ist hier die kostengünstige Möglichkeit für die Labels und Musikproduzenten, selbst ihre Stücke digital zu verbreiten und an ihre ausgewählten Kontakte zu versenden.

Auf diesem Wege erhalten sehr populäre DJs Unmengen an neuer Musik, für die natürlicherweise seine Aufmerksamkeit begrenzt ist. Für weniger populäre DJs sind die Promotion-Pools eine gute Möglichkeit, neue Veröffentlichungen kostenfrei auf legalem Wege und in hoher Qualität zu beziehen. Es bestehen dazu auch zahlreiche Möglichkeiten neue Stücke, die eigentlich zu Promotionzwecken von den Plattenfirmen noch vor ihrer offiziellen Veröffentlichung bereitgestellt wurden, illegal (bzw. rechtlich ungeklärt) zu beziehen.

3.3 DIE KONFLIKTLINIE: ANALOG –DIGITAL / TRADITION – INNOVATION

Nach meinen Beobachtungen und Recherchen produzieren die neuen technischen Möglichkeiten und veränderten Bedingungen Konflikte innerhalb der DJ-

Gesellschaft.⁹⁶ Der dritte Analyseschritt besteht nun darin, diese Konfliktlinie zu beschreiben zwischen analoger Tradition und digitaler Innovation. Der Konflikt entsteht nicht nur zwischen DJs, die sich entweder als Traditionalisten oder aber als Innovateure überzeugt an den zwei unterschiedlichen Polen gruppieren, sondern der Konflikt kann auch innerhalb einer einzelnen Person entstehen. Eine differenzierte Betrachtung zeigt hier, dass Widersprüche auftreten vor allem durch drei verschiedene Faktoren, die ich im Folgenden beschreiben möchte:

Der rationale Faktor beinhaltet die praktischen und pragmatischen Aspekte unter nüchternen Gesichtspunkten der Zweckrationalität, der Faktor Akzeptanz beschreibt kurz wie neue DJ-Technik und -Techniken schrittweise etabliert werden. Der Kultfaktor schließlich bezieht sich auf das ursprüngliche Medium Vinylschallplatte, das untrennbar mit der Entstehung der DJ-Kultur verbunden ist.

3.3.1 DER RATIONALE FAKTOR

VERFÜGBARKEIT UND PREIS

Für den digitalen Verkauf, für die digitale Promotion und für die unkontrollierte Verbreitung der Daten ist die Geschwindigkeit und Bequemlichkeit, in der sich

⁹⁶ Hinweise darauf lieferte bereits meine Forschungsarbeit im Vertiefungsseminar „Fallstudien zur Musiksoziologie“, in der sich mittels statistischer Analysen belegen ließ, dass es unterschiedliche Typen von DJs gibt, die sich hinsichtlich verschiedener Einstellungen, Verhaltensweisen und Nutzerprofile gruppieren lassen.

die Informationen (in diesem Falle MP3-Dateien) im Internet verbreiten, von großer Bedeutung. Der Produktlebenszyklus von Musik verkürzt sich bei dem erhöhten Angebot von Musik erheblich, was bei vielen DJs zu einem erhöhten Bedürfnis nach ständig neuen Produkten führen dürfte.

Musik ist hier für den DJ über das Internet häufig schneller und billiger verfügbar als auf dem klassischen Medium Vinyl, das durch seine Materialität und die Struktur des physischen Vertriebs eine bestimmte Trägheit und einen (für viele Regionen der Welt irrational) hohen Preis hat. Stücke können im Internet einzeln für etwa 1,00 bis 2,50 Euro gekauft werden, während eine Neuveröffentlichung auf Vinyl innerhalb Deutschlands in der Regel 7-10 Euro kostet.

DJs, die das verbreitete Interesse verfolgen, möglichst aktuelle, neue Musik zu spielen, möglichst noch vor allen anderen, kommen in diesem Moment kaum mehr um die digitale Technik herum. Selbst die exklusive White Label-Promo 12-inch, von der weltweit nur fünfzig Stück existieren, wird so von einer einzelnen Person begeistert digitalisiert, im Internet bereitgestellt oder gar angepriesen und potenziell von Tausenden bezogen.

Viele Labels entschließen sich aus den genannten Gründen die Herstellung und den Verkauf von Schallplatten einzustellen oder einzuschränken und nur noch digital („digital only“) zu veröffentlichen und zu bewerben (siehe Promotion im digitalen Zeitalter), um das ökonomische Risiko zu minimieren.

Ein digitaler MP3-Shop für DJs kann Hunderttausende an Titeln ‚vorrätig‘ haben und übersteigt damit die Kapazitäten jedes Plattenladens.

ARCHIVIERUNG, ORDNUNG UND DATENSICHERHEIT

Wird das Musikstück vom physischen Tonträger entkoppelt, so wird es auf den ideellen Wert (die ‚Idee‘ des Stückes) und auf den Gebrauchswert reduziert. Der Gebrauchswert schließt hier auch die private, nicht öffentliche Nutzung und die Möglichkeit der Verbreitung unter Freunden oder im Internet ein.

80

Der Besitz einer Datei und ihre Verfügbarkeit in einem digitalen Archiv auf einer Festplatte hat angesichts ihrer Nicht-Greifbarkeit und der massenhaften Verfügbarkeit von Musik im Internet keine vergleichbare Form der Archivierbarkeit wie etwa eine Schallplatte. Im Internetzeitalter mit seinen neuen Vertriebsmodellen (etwa der vieldiskutierten ‚Kulturflaute‘, also einem freien Zugang zu Inhalten gegen eine Pauschalgebühr) ist der Besitz von Musik ein Paradigma, das sich zunehmend auflösen könnte.

Eine Frage, der an anderer Stelle nachzugehen wäre, ist, ob das Bedürfnis nach physischer Archivierung der persönlichen ‚Musikhistorie‘ (selbst produziert oder als Liebhaber gesammelt) in Zeiten von Festplatten voller Dateien in digitalen Ordnerstrukturen größer oder kleiner wird.

Während CD-R und DVD-R (‚recordable‘ : Rohlinge) technisch bedingt eine begrenzte Haltbarkeit aufweisen, die von äußeren Faktoren wie Kontakt mit UV-Licht und Pflege abhängt, sind Festplatten hochsensible magnetische Speichermedien, die mit mechanischen Verfahren im Nanometer-Bereich⁹⁷ Daten schreiben und lesen können. Kommt es zu einem Ausfall etwa

⁹⁷ Der Abstand zwischen Lese-/Schreibkopf und Platte beispielsweise beträgt nur etwa 0,00001mm (10nm)

durch einen Sturz, durch einen bei der Herstellung nicht auszuschließenden Fabrikationsfehler oder Verschleiß ist eine Reparatur häufig unmöglich, da die Geräte von Robotern in Reinräumen hergestellt werden. Ein Datenverlust muss auch nicht unbedingt eine technische Ursache haben, wenn man bedenkt, dass Notebooks und externe Festplatten eine attraktive Beute für Diebe darstellen.

Der Verlust des ‚ideellen‘, des ‚non-physischen‘ Wertes in Form von Daten (etwa Musik, Video, Fotos, Email, etc.) wiegt häufig (persönlich oder auch wirtschaftlich) mehr als der Verlust des technischen Artefaktes, das im Gegensatz zu den Daten durch einen erneuten Kauf relativ leicht wieder zu beschaffen ist.

Um im digitalen Zeitalter seinen persönlichen Besitz und die Sammlung persönlich relevanter Daten zu sichern, bedarf es in diesem Zusammenhang erhöhter Vorsichtsmaßnahmen. Das Musikstück, gleichzeitig ein essentielles Werkzeug und Rohstoff des DJs, unterliegt somit in digitaler Form gespeichert auf einer Festplatte einer ganz anderen Bedrohung als in der traditionellen Form der Vinyl-Schallplatte.

Ohne großen Aufwand können dafür aber auch digitale Sicherheitskopien erstellt werden und die Archivierung erfolgt in einem Bruchteil des Raumes, der für physische Tonträger benötigt wird. Der Computer bietet auch bei großen, unübersichtlichen Datenmengen die Möglichkeit zur systematischen Sortierung und Ordnung.

HAPTİK & OPTIK

DJs arbeiten mit ihren Händen, daher die häufige Beschreibung des DJings als ein Handwerk. Vinylschallplatten sind haptische Medien, die auf dem Plattenteller

81

dem direkten, analogen Zugriff durch die Hand des DJs ausgesetzt sind. Auf dem Etikett und der Hülle bieten sie verhältnismäßig viel Platz für Gestaltung und Information. Mit der CD erfolgte nicht nur die Digitalisierung sondern auch eine Miniaturisierung. Das viel kleinere Medium selbst wird nur noch angefasst, um es einzulegen, einzulesen und technikvermittelt zu kontrollieren.

Bei den beschriebenen Vinyl-Control-Systemen, die das Auflegen mit Schallplatten für das Abspielen von MP3-Musikdateien vom Computer imitieren, geht es ebenso um die technikvermittelte Kontrolle über digitale Informationen. Doch die Musikstücke bleiben vom Vinyl-Tonträger entkoppelt, in den nur ein für den Computer verwertbares Signal analog gepresst wurde. Optisch lassen sie sich nur über den Computerbildschirm erfassen.

Die Haptik und Optik der bespielten analogen Schallplatte kehren sich in einen handfesten Nachteil um, muss man größere Mengen der verhältnismäßig schweren Tonträger bewegen. In Taschen oder Kisten müssen die Tonträger zum Arbeitsplatz geschafft werden und später sicher wieder zurück oder es muss bei einem Umzug gar die gesamte Sammlung von einem Haus in ein anderes.

Ein Vorteil des digitalen DJs besteht offensichtlich im EDV-gestützten schnellen Zugriff auf ein vielfach größeres Musikrepertoire während des Auflegens, so dass er nicht gezwungen ist eine Vorauswahl zu treffen, die durch die Größe seiner Plattentaschen (auch CD-Auswahl) und durch seine Muskelkraft beschränkt ist. Neben dem künstlerischen Aspekt, dem der Gesundheit und dem des Komforts speziell für international gebuchte, viel reisende DJs sei hier auf den praktischen Vorteil verwiesen, den diese Möglichkeiten für jene DJs hat, die sich klar als Dienstleister verstehen. Das Erfüllen von Musikwünschen, Genre-Vielfalt

und ein Repertoire, das sich über mehrere Jahrzehnte Musikgeschichte erstreckt, lässt sich mit Hilfe von Computertechnik und digitalen Musikarchiven viel umfassender und komfortabler realisieren. Im Bereich des Dienstleistungs-DJing wurde die Schallplatte bereits durch die CD und ihre praktischen Vorteile (wie Kopierbarkeit, Gewicht, unveränderte Klangqualität) weitestgehend verdrängt, gerade weil hier die Handlungstechniken des kunstvollen DJing eine untergeordnete Rolle spielen und die Musik nicht so sehr im Kontext einer spezifischen Kulturentwicklung (wie HipHop, House oder Techno) steht.

KLANG : QUALITÄT VS. QUANTITÄT

Von vielen Vinyl-Liebhabern wird angeführt, die analoge Schallplatte klinge einfach besser als digital gespeicherte Musik. Faktisch hat die CD kein Grundrauschen, damit einen größeren Dynamik-bereich, keine Gleichlauffehler und durch die optische Abtastung kommt es zu keiner Verminderung der Abspielqualität von Wiedergabe zu Wiedergabe.

Analoge Tonaufzeichnungen mit mechanischer Abtastung können allerdings Klangverfälschungen mit sich bringen, die subjektiv von manchen Menschen dem verzerrungsärmeren Klang der CD (bzw. MP3) vorgezogen werden. Dazu gehören harmonische Verzerrungen, die von manchen Menschen als „wärmer“ empfunden werden, andere mögen das Knistern der Schallplatte als Zeichen von Authentizität (zum Kult-Faktor später mehr). Neben dem subjektiven, psychoakustischen Aspekt des Klanges kann es bei der Datenreduktion im MP3-Kompressionsverfahren zu belegbaren Einbußen im Klang kommen, denn jede MP3-Codierung bedeutet eine Reduktion von Informationen.

In der Praxis ist davon auszugehen, dass viele DJs auch Musikdateien abspielen, die nicht in höchster Klangqualität⁹⁸ vorliegen. Ein Grund kann sein, dass diese möglicherweise nicht verfügbar sind, ein anderer der, dass die Person nicht bereit ist, für die hochwertige Datei zu bezahlen oder aber eine fälschliche Information über die Datenrate. Die Folgen hiervon sind nur schwer abzuschätzen. Zum einen ist ein großer Teil der privat konsumierten Musik auf tragbaren MP3-Playern und Computern in verminderter Klangqualität gespeichert und beeinflusst damit auch die Hörgewohnheiten. Im direkten Vergleich nacheinander abgespielt über eine entsprechende Beschallungsanlage präsentiert von einem DJ treten solche Unterschiede in der Klangqualität allerdings deutlicher zu Tage und fallen negativ auf.

In seinem Aufsatz Wandlungsprozesse der Musikkultur von 2007 prognostiziert Alfred Smudits:

„In Bezug auf die Hörerwartungen (...) ist davon auszugehen, daß vor allem im Bezug auf den Sound steigende Differenzierungsfähigkeiten und daher auch Anspruchsniveaus zu beobachten und weiter zu erwarten sind. Hier sind die Auswirkungen der Digitalisierung auch unmittelbar für die Rezeption von Relevanz, denn die Musikproduktion mittels Computer ermöglicht gerade im Bereich der Klanggestaltung bislang ungekannte Nuancierungen. Für Rezipienten stellt der Sound daher eine wesentliche Orientierungshilfe in der alltäglichen musikalischen Umwelt dar, d.h. die Entscheidung ‚gefällt mir / gefällt mir nicht‘ wird vor allem vom Sound-Eindruck abhängen.“⁹⁹

98 Höchste MP3-Qualitätsstufe ist 320kb/s

99 Smudits 2007 : 141

Ein weiterer Grund, warum Schallplatten vom Klang her bevorzugt werden, könnte der sein, dass jedes Musikstück, das auf Vinyl gepresst wird, zuvor einen Prozess der finalen Klangbearbeitung, das bereits erwähnte ‚Mastering‘, durchlaufen muss. Hierbei wird eine medienspezifische (und idealerweise professionelle) Optimierung des Frequenzspektrums vorgenommen und dieses angepasst an das ästhetische Empfinden und die Hörgewohnheiten der jeweiligen Konsumenten (oder Produzenten). Ohne eine fachkundige Bearbeitung kann die gepresste Schallplatte für die Konsumenten unbrauchbar sein und damit für die Plattenfirma auf Grund dieses Parameters ein finanzieller Ausfall.

Bei Veröffentlichungen, die digital produziert und nur digital vertrieben werden, wird der Schritt der professionellen klanglichen Veredlung von Musik technisch und ökonomisch verzichtbar. Es fallen keine Produktionskosten für Tonträger an und damit kein finanzielles Risiko bei der ‚Plattenfirma‘. Diese muss lediglich entscheiden, ob die Musik klanglich in einem ausreichenden Zustand zur Veröffentlichung ist und muss nach ökonomischem Kalkül planen, ob sie in die Klangbearbeitung und in die Promotion investiert. Die Verantwortung für das Mastering wird auch häufig an den Künstler (bzw. Produzenten) abgegeben mit der Begründung, ihm die volle Kontrolle über seinen Sound zu überlassen oder es sind die Produzenten selbst, die ihre Musik im Internet publik machen. Das Mastering ist jedoch eine Profession, die Erfahrung und ein geschultes Gehör voraussetzt.

Durch die bereits beschriebene Demokratisierung der Produktionsmittel wird mehr Musik produziert, und durch die Demokratisierung der Distributionswege wird mehr dieser Musik veröffentlicht.

So kann es in der Breite zu einer klanglichen Verschlechterung kommen, während rein technisch gesehen die neuen digitalen Medien der analogen Schallplatte überlegen sind. Obwohl keineswegs jede Schallplatte ein gutes Mastering durchlaufen hat und gut klingt, kann das Medium an sich durch die beschriebene Entwicklung mit Professionalität und überlegenem Klang in Verbindung gebracht werden.

INFRASTRUKTURSYSTEME

Ein letzter Aspekt, der zum rationalen Faktor zu rechnen ist, sind die etablierten Infrastruktursysteme in Form von Club-Standards. Es gibt dort für gewöhnlich die Schallplattenspieler von Technics und einen Mixer am Arbeitsplatz des DJs. Darüber hinaus werden nach Bedarf CD-Player aufgebaut oder sie sind bereits fest integriert.

Angesichts der voranschreitenden Individualisierung der DJ-Technik (gerade im Bezug auf Software, Controller und ihre zahlreichen unterschiedlichen Hersteller) gibt es für Computer nutzende DJs keine klaren Übereinstimmungen mit der Technik vor Ort. Dies führt dazu, dass ein DJ mit Computer bei seiner Ankuft am Arbeitsplatz (häufig noch während ein anderer DJ arbeitet) eine Reihe an Vorbereitungen zu treffen hat, die von (schwieriger) Verkabelung über Soundcheck bis hin zum Umräumen mangels Stellfläche reichen können. Hierbei kann es zu Fehlern und Störung des Vorgängers kommen und so verkompliziert Computertechnik oftmals kurz vor Beginn den Auftritt des DJs. Schallplattenspieler und CD-Player hingegen werden meist als Standard vorausgesetzt und können ohne größere Vorbereitungen abgespielt werden. Diese

Geräte sind zudem für den Einsatz unter Extrembedingungen (Rauch, hohe Luftfeuchtigkeit, hohe Temperaturen bei langen Betriebszeiten) konzipiert und daher weniger störungsanfällig als Laptop-Computer.

3.3.2 DER FAKTOR AKZEPTANZ

Wie aus der Technik- und Mediengeschichte des Djings hervorgegangen ist, hat die Kulturpraxis des Auflegens einige Jahrzehnte an Entwicklung hinter sich, in denen neue Sachtechnik, Handlungstechniken und Technologien immer wieder für Innovation gesorgt haben.

Ob Innovationen angenommen werden oder zurückgewiesen werden, dürfte stark davon abhängen, an welchen Bezugsgrößen sich ein DJ orientiert. Hierzu gehört die kulturelle Rahmung seiner Tätigkeit, ob er sich als Künstler in einer gewissen Tradition versteht¹⁰⁰ oder in erster Linie eine Dienstleistung erbringt. Hierzu gehören auch Gruppendynamiken im Bekannten- und Freundeskreis sowie mögliche Vorbilder und szenezugehörige Autoritätspersonen.¹⁰¹

¹⁰⁰ die Tradition kann hier sowohl eine technik-konservative Richtung gehen (siehe das ,2 turntables and a mic'-Dogma im HipHop) oder aber auch in eine progressive Richtung (etwa die Einbeziehung von Musikproduktionstechnik ins Djing ebenso im HipHop oder besonders im Techno)

¹⁰¹ In der erwähnten Forschungsarbeit auf Grundlage des DJ SURVEY 2006 ließ sich bereits ein signifikanter Zusammenhang nachweisen zwischen der Akzeptanz von Digital-Djing im persönlichen Kollegenkreis und der eigenen Nutzung von Computertechnik. Der Einfluss von respektierten, berühmten DJ-Persönlichkeiten wird gegebenenfalls eine ähnlich wichtige Rolle spielen, weshalb sie häufig von Technik-Herstellern in Entwicklungsprozesse einbezogen und mit Sponsoring unterstützt werden.

3.3.3 AUTHENTIZITÄT UND DER KULT-FAKTOR VINYL

Die Musiksoziologin Sabine Vogt beschreibt in ihrer qualitativen Analyse zu musikalischen Lebensentwürfen in den Jugendkulturen Berlins den „Kultfaktor Vinyl“¹⁰² mit der besonderen Eigenschaft dieser Tonträger im Gebrauchszusammenhang mit besonderen individuellen Qualitäten aufgeladen werden zu können. Ihre Symbolik zu beschreiben heiße, dies in der Perspektive des DJings und im Kontext der Party zu tun, in die das DJing eingebettet ist. Vogt greift Sarah Thorntons Begriff des „subkulturellen Kapitals“ auf, um den symbolischen Gebrauchswert der Schallplatte zu klären.

Thornton entwickelte im Anschluss an Pierre Bourdieu den Begriff des szenetypischen ‚subkulturellen Kapitals‘.¹⁰³ Bourdieu beschreibt Kultur als ein sozioökonomisches System, in dem nicht nur Geld, sondern auch symbolische Formen von Kapital zirkulieren. Diese Kapitalarten dienen zur Orientierung und Verortung in der Gesellschaft und sind das Mittel zur Distinktion.¹⁰⁴ Akteure ringen im sozialen Raum um Machtpositionen, während ihr Handeln durch den im Sozialisierungsprozess innerhalb einer Klasse oder Schicht erworbenen Habitus bestimmt wird. Die Klassen und Schichten unterscheiden sich durch den Besitz von ökonomischem, sozialem und kulturellem Kapital. Letzteres wird weiter

102 Vogt 2005 : 124

103 ebd.

104 ebd : 259

ausdifferenziert in das inkorporierte (verinnerlichte; entsprechend ‚Habitus‘), das objektivierte und das institutionalisierte kulturelle Kapital, das persönliche Lernprozesse (inkorporiert), kulturelle Güter wie z.B. Bücher und Tonträger (objektiviert) und gesellschaftlich anerkannte Titel und Bildungsabschlüsse (institutionalisiert) umfasst.

Das subkulturelle Kapital¹⁰⁵ besteht bei Thornton nun aus Lebensstilmerkmalen, besonders in der Ästhetik und Gestaltung einer Szene, in den Persönlichkeitsstrukturen und Gemeinschaftsformen, durch die der soziale Status markiert und das Selbstwertgefühl gesichert wird in Abhängigkeit vom individuellen Vermögen, mit den erworbenen Kapitalformen in der Szene „erfolgreich“ umzugehen. Das Dazugehören setze demnach die erforderliche Kompetenz als zu operationalisierendes Instrumentarium voraus, über das verfügt werden muss, um den symbolischen Wert der Techniken, Handlungen und Dinge zu verstehen, die eine Subkultur ausmachen. Wem der entsprechende Code dazu fehle, bleibe unwissend aus der Subkultur ausgeschlossen.¹⁰⁶ Thornton prägt desweiteren den Begriff der ‚disc cultures‘, die innerhalb einer Clubkultur¹⁰⁷ zu einer Wertverschiebung gegenüber der Livemusik geführt haben:

„within the disc cultures, recording and performing have swapped statuses: records are the original, whereas live music has become an exercise in reproduction. Club cultures celebrate

105 „I use the term subcultures to identify those taste cultures which are labelled by media as subcultures and the word ‚subcultural‘ as a synonym for those practices that clubbers call ‚underground‘“ (Thornton 1996 : 8)

106 vgl. Vogt 2005 : 125

107 „Club cultures are taste cultures. Club crowds generally congregate on the basis of their shared taste in music, their consumption of common media and, most importantly, their preference for people with similar tastes to themselves.“ (Thornton 1996 : 3)

technologies that have rendered some traditional kinds of musicianship obsolete and have led to the formation of new aesthetics and judgements of value.“¹⁰⁸

Hierbei spielen DJs eine wichtige Rolle in der Authentifizierung des Mediums Vinyl:

„disc culture is a distinct high-tech folk culture and twelve-inch dance records in the hands of a mixing DJ are, quite literally, social sounds.“¹⁰⁹

„DJs incorporate degrees of human touch, intervention and improvisation. They play a key role in the eculturation of records for dancing, sometimes as an artist but always as a representative and respondent to the crowd. By orchestrating the event and anchoring the music in a particular place, the DJ became a guarantor of subcultural authenticity.“¹¹⁰

Schallplatten durchliefen einen komplexen Prozess von Assimilierung oder Integration. Dieser beinhaltete laut Thornton Veränderungen in Verbreitung, Struktur, Bedeutung und Wert sowohl von Platten als auch von Musikkultur.¹¹¹

„records have also adapted to the social and cultural requirements of the evolving dance establishment, modifying their formats and formalizing the manner in which they are played. Disc jockeys have had a decisive role in conducting the energies and rearranging the authenticities of the dancefloor.“¹¹²

108 Thornton 1996 : 4

109 ebd. : 66

110 ebd. : 60

111 ebd. : 28

112 ebd. : 58

Sie beschreibt zwei Arten von Authentizität: Zum einen jene, die Originalität und Aura beinhaltet, Werte die durch den DJ verkörpert werden können. Zum anderen jene Authentizität, bei der es darum geht natürlicher Teil der ‚community‘ zu sein und organischer Teil der Subkultur. In den ‚disc cultures‘ vermischen sich die beiden genannten Arten: Die Schallplatte ist eine authentische Quelle und das Publikum macht daraus eine lebendige Kultur.¹¹³

„DJs bridge the gap in that they are professional collectors and players of ‚originals‘ as well as mediators and orchestrators of the crowd.“¹¹⁴

Authentizität sei abhängig vom Grad zu dem Platten eingebunden und legitimiert sind in einer spezifischen Subkultur wie etwa den „hardcore disc cultures“ House und Techno.¹¹⁵

Desweiteren trägt das Ambiente, in der eine Platte produziert wurde, zu ihrer Authentizität bei. Platten werden eher als das wichtigste Medium von jener Musik wahrgenommen, deren Ort ihrer Schöpfung das Studio ist.¹¹⁶ Ebenso spielt die Distanz zwischen der Produktion und der Konsumtion der Platte eine Rolle für ihren kulturellen Wert. Ihre Fähigkeit in Raum und Zeit zu reisen hat etwa zu ‚disc cultures‘ geführt, die sich um Importe, Neuveröffentlichungen oder ver-

113 „Between the production and consumption of records discussed here, two kinds of authenticity are at play. The first sort of authenticity involves issues of originality and aura; this value is held most strongly by DJs. The second kind of authenticity is about being natural to the community or organic to subculture; [...] Within disc cultures, however, the two authenticities diverge. The record is an authentic source and the crowd makes it a ‚living‘ culture.“ (Thornton 1996 : 58)

114 ebd. : 30

115 ebd. : 31, vgl 66ff

116 ebd.

loren gegangene oder fast vergessene alte Platten drehen.¹¹⁷ Unter bestimmten Umständen erhält auch eine Schallplatte so eine gewisse Aura.¹¹⁸

„And, finally, the ideological vagaries of music genres like their communication of bodily ‚soul‘ or their revelation of technology play main role in whether records come across as genuine. In other words, authenticity is ultimately an effect of the discourses which surround popular music.“¹¹⁹

Der Prozess der Enkulturation (‚enculturation‘) der Schallplatte zur Tanzunterhaltung war und ist von diversen Faktoren anhängig. Thornton nennt hier Großunternehmen, Handelsverbände und das Urheberrecht, die sozialen Bedürfnisse verschiedener Gruppen (‚crowds‘), die Evolution neuer Berufe, Produktionsprozesse und die spezifische Entwicklung bestimmter Genres sowie auch die popkulturellen Diskurse über Ehrlichkeit und Integrität von Musik.

Schallplatten wurden für bestimmte Musikkulturen bis zur Digitalisierung immer unentbehrlicher, wesentlicher und organischer. Sie bildeten die musikalische Achse, an der sich neue Tanzkulturen und Szenen entwickelt haben.¹²⁰

Diese Vorgänge haben nach Vogt dazu geführt, dass „im DJ-Musiknetz das Vinyl mittlerweile Voraussetzung, Instrumentarium und Ergebnis der ökonomischen Wertschöpfungskette ist. Es ist zugleich die Bezugsquelle seiner Sinnkonstruktionen und liefert deren Interpretationssysteme mit.“¹²¹ Ein entschei-

117 ebd.

118 ebd. : 85

119 ebd. : 66

120 ebd. : 86

121 Vogt 2005 : 126ff

dender Unterschied zur kommerziell ausgerichteten Major-Musikindustrie ist der, dass die Akteure diese Ökonomie nicht auf Gewinn orientiert empfinden als vielmehr als Antriebsrad der Musik- und Partykultur. Die Schallplatten werden auf diesem Wege mit subkulturellem Kapital geladen, das innerhalb der DJ-Musikproduktions- und Distributionsnetze erworben, besessen, konsumiert und getauscht werden kann.¹²²

Die ideologische Abgrenzung mag den Kultfaktor von Vinyl ausmachen, es ist Mittel subkultureller Distinktion, um sich vom so genannten Mainstream und von anderen Szenen abzugrenzen, aber auch zu schützen vor der anonymen Masse der anderen, „die durch Medienberichterstattung und durch Vermarktungsstrategien der Major-Musikindustrie in das subkulturelle Terrain einzudringen versuchen und damit das subkulturelle Selbstverständnis in Frage stellen.“¹²³

Gabriele Klein beschreibt dies in „electronic vibration“ als einen für die Clubkultur typischen Mechanismus: „Distinktion betreibt man über Strategien, die dem eigenen Geschmack die Aura kultureller Höherwertigkeit verleihen – und zwar zumeist gegenüber dem Massengeschmack. (...) Erst der Geschmack gibt den kulturellen Artefakten ihre distinkte und distinktive Bedeutung.“¹²⁴

Vogt kommt zu dem Schluss, dass in der Mikroökonomie des DJ-Musikmarkts somit ausgerechnet das Ende der 1980er Jahre tot gesagte Medium Vinyl die Tauschware wird, mit der gehandelt und Musik gemacht wird: „Vinyls und die

122 ebd.

123 ebd.

124 Klein 2004 : 246

Klänge, die sie speichern, sind nach wie vor das kollektive subkulturelle Kapital im DJ-Musiknetz, das eine musikeigene soziale Wirklichkeit geschaffen hat.¹²⁵

Ihrem Ansatz nach werden selbst Marginaltexte wie Bilder auf den Covers oder Label-, Track- und Projektnamen, Seriennummern und Gravuren auf dem Vinyl zu subkulturellem Kapital. Das Medium ist zugleich Klangspeicher als auch Wissensspeicher.¹²⁶ Die Schallplatte wird damit in den erwähnten ‚disc cultures‘ und ihrem ästhetischen Wertesystem zum Merkmal von Authentizität:

„The ultimate end of a technology’s enculturation is authentication. [...] A musical form is authentic when it is rendered essential to subculture or integral to community. Equally technologies are naturalized by enculturation. At first, new technologies seem foreign, artificial, inauthentic. Once absorbed into culture, they seem indigenous and organic.“¹²⁷

Auf die Verbreitung der CD in den späten 1980er Jahren reagierten viele DJs auf ähnliche Weise negativ wie zuvor Musiker auf die Verbreitung der mobilen Diskotheken. Sie sahen die Kreativität und ihre Lebensgrundlage bedroht. So wie zuvor das Repertoire der Tanzmusiker durch den DJ ersetzt wurde, fürchteten viele DJs ihre Plattensammlung könne obsolet werden. So wie jahrelanges Lernen und Üben eines Instrumentes den Musikern nicht mehr länger den Broterwerb sichern konnte, sahen DJs ihre angelernten Fähigkeiten an den Plattenspielern erstmals bedroht von der neuen digitalen CD-Technik.¹²⁸

125 Vogt 2005 : 132

126 vgl. Vogt 2005 : 134ff

127 ebd.

128 vgl. Thornton 1996 : 63

Mit der zweiten Welle digitaler DJ-Technik, dem vernetzten Computer, dem körperlosen Medium ‚Datei‘ und weiteren Veränderungen durch die digitale Revolution entflammte nun eine neue kontrovers geführte Diskussion um die Zukunft und Vergangenheit der DJ-Kultur.

Neue Technik, Techniken, Technologien beeinflussen Kommunikation, Konsum, das ästhetische Wertesystem, Hörgewohnheiten und andersherum sich gegenseitig, wenn man diese als soziale Prozesse im Kontext ihrer Entstehung begreift.

Mit der vorgenommenen differenzierteren Betrachtung des DJings auf Grundlage technik- und musiksoziologischer Konzepte ergeben sich konkrete Anknüpfungspunkte für spezifische Fragestellungen und Hypothesen. Der folgende Teil der Arbeit ist der Versuch einer quantitativen Bestandsaufnahme wichtiger Faktoren für einen möglichen Wandel der heutigen DJ-Kultur mit den Mitteln der empirischen Sozialforschung.

4.1

HYPOTHESEN ZUM WANDEL DER DJ-KULTUR

Aus der Analyse zur Entwicklung der DJ-Kultur lassen sich Hypothesen zu einem möglichen Wandel in Folge der Digitalisierung ableiten. Es wird angenommen, dass die zahlreichen neuen Möglichkeiten des digitalen, computergestützten Djing mehr und mehr auch in der Praxis Anwendung finden:

H1: ES WERDEN HÄUFIGER LAPTOP COMPUTER BEIM DJING EINGESETZT ALS ZUVOR.

In Folge dessen ist davon auszugehen, dass weniger klassische Tonträger, vor allem weniger Schallplatten gekauft und eingesetzt werden, da die Computertechnik mit körperlosen Medien arbeitet:

H2: ES WERDEN WENIGER PHYSISCHE, ANALOGE TONTRÄGER (SCHALLPLATTEN) GEKAUFT UND EINGESETZT ALS ZUVOR.

Im Umkehrschluss werden vermehrt digitale Formate gekauft und eingesetzt:

H3: ES WIRD MEHR MUSIK IN DIGITALEN DATENFORMATEN (WIE MP3) GEKAUFT UND EINGESETZT ALS ZUVOR.

Im Abschnitt zur DJ-Promotion wurden die praktischen Vorteile der digitalen Medien dargestellt. Wird tatsächlich mehr digital aufgelegt, so müsste auch die Promotion im digitalen Bereich wichtiger werden:

H4: ES WIRD MEHR DIGITALE MUSIK ZUR PROMOTION GRATIS IN UMLAUF GEBRACHT UND EINGESETZT ALS ZUVOR.

Die Akzeptanz für Computer und Datenformate im Djing hängt stark von deren Verbreitung und ihren Nutzern ab. Sind mehr befreundete oder berühmte, respektierte DJs darunter, ist vermutlich die Ablehnung dieser Technik weniger stark. Auch unter den rationalen Faktoren, die für die Digitalisierung sprechen, scheinen starke Argumente zu sein, die immer schwieriger von ihren Skeptikern entkräftet werden können:

H5: DIE AKZEPTANZ FÜR DIGITALES DJING STEIGT.

Wie im Kapitel zur digitalen Revolution beschrieben, ist durch den vereinfachten Zugang zu Produktionsmitteln von einem steigenden Anteil Musik produzierender DJs auszugehen.

H6: MEHR DJS ALS ZUVOR PRODUZIEREN SELBST MUSIK.

Im Kapitel zur Kommunikation und zum Konsum wird deutlich, welche neuen Möglichkeiten sich für DJs in diesen Bereichen ergeben.

In Anbetracht der digitalen Mediamorphose wird vermutlich die Informationsbeschaffung über neue Musik vermehrt über digitale Medien wie Blogs, Websites, Online-Magazine, Online-Shops und weniger in Plattenläden und Printmagazinen stattfinden:

H7: DIE INFORMATIONSBESCHAFFUNG ÜBER NEUE MUSIK VERLAGERT SICH WEITER INS DIGITALE .

Im selben Zuge der Informationsbeschaffung ist davon auszugehen, dass DJs – auch unabhängig davon, ob sie CDs, Schallplatten oder Dateien benutzen – für Musikhändler im Internet mehr und mehr als Zielgruppe erkannt und umworben werden, bzw. diese für DJs aus beschriebenen Gründen attraktiver sind als Tonträgergeschäfte:

H8: DIE MUSIKBESCHAFFUNG VERLAGERT SICH WEITER INS INTERNET .

Die letzte Hypothese bezieht sich auf den „Kultfaktor Vinyl“ und geht vorsichtig von der Annahme aus, dass bei dem Mehr an Produktion und Veröffentlichung von digitaler Musik die Wertschätzung für das Ursprungsmedium der DJ-Kultur zunimmt. Außerdem wird vermutet, dass sich wegen der digitalen Bedrohung dieses Mediums mehr DJs für seinen Erhalt aussprechen:

H9: DIE WERTSCHÄTZUNG FÜR DAS MEDIUM SCHALLPLATTE STEIGT (MIT ZUNEHMENDER DIGITALISIERUNG) .

4.2

METHODE UND DATENBASIS

Mit dem anonymen Online-Fragebogen DJ SURVEY 2006, erreichbar vom 09.09.2006 bis 09.10.2006 unter www.djsurvey.net und bestehend aus 50-75 Items (je nach Filterverlauf) wurde ein Datensatz mit N=1031 (nach Datenbereinigung) generiert. Der Fragebogen wurde im Seminar „Fallstudien zur Musiksoziologie“ auf Grundlage von Kenntnissen der empirischen Sozialforschung, ausführlicher Recherche über das DJing sowie der Aneignung einer technik- und musiksoziologischen Perspektive entwickelt.

Um eine große Beteiligung zu erreichen, wurde auf verschiedenen Wegen zur Umfrage eingeladen, etwa durch Promotion-Plattformen, spezielle Internetforen, Mailinglisten, Händler und Hersteller von DJ-Produkten. Die Umfrage war frei zugänglich für jeden Besucher der Webseite.

Unterstützende Netzwerke und Firmen waren bei Beginn der Umfrage DJ Meeting, Elevator, King Ink, The Payback, Jazzmoon Promotion, Pool Position, Wildstylemag und Beatport. Im Verlauf der Umfrage kamen zahlreiche weitere hinzu. Neben dem Angebot, die Seminararbeit als PDF zu erhalten, konnten als Anreiz zur Teilnahme attraktive Sachpreise von folgenden Sponsoring-Partnern verlost werden: Ableton, AKG, Behringer, Faderfox, Ecler, Glorious DJ, Native Instruments, Reloop, Stanton und Urei. Die Sponsoren hatten keinerlei Einfluss auf das Fragebogen-Design und erhielten weder den Datensatz noch Auszüge aus diesem.

Als Gegenleistung bekamen die Sponsoringpartner – neben dem Werbeeffect der Nennung auf der Seite www.djsurvey.net – eine deskriptive Auswertung einiger quantitativer Items in einem angemessenen Rahmen. Hierzu wurden keinerlei Verträge oder streng verbindliche Abmachungen geschlossen, da beide Seiten voneinander profitierten und der Austausch vertrauensvoll und zwischenmenschlich angenehm verlief. Diese neutrale Zusammenarbeit auch mit privatwirtschaftlichen Akteuren ist angesichts der gesteigerten Fallzahl meines Erachtens wissenschaftlich zu rechtfertigen.

Eine repräsentative Umfrage ist mangels Informationen über die Grundgesamtheit aller deutschsprachigen DJs nicht durchführbar. Teilnehmen konnten beim DJ SURVEY 2006 alle Personen, die sich selbst als DJ bezeichnen und über die genannten Wege von dem Projekt erfuhren.

Zwei Jahre später im Dezember 2008 erhielten die DJ-SURVEY-Teilnehmer, die eine Email-Adresse hinterlassen hatten, per Mail eine personalisierte Einladung zur wiederholten Beantwortung des fast identischen Online-Fragebogens DJ SURVEY 2008. Der Fragebogen wurde zuvor unter Berücksichtigung der Rückmeldungen einiger Probanden, an wenigen Stellen um bestimmte Antwortmöglichkeiten ergänzt und um 4 zusätzliche Items ganz am Ende erweitert. Beteiligt als Sponsoren waren Beatport und die Firma Vestax, die einen Hauptpreis stiftete. Wieder betrug die Feldzeit vier Wochen, es konnte ein Rücklauf von 454 Fällen (bei 713 zustellbaren Einladungen) erzielt werden.

Angesichts des interessanten, sehr umfangreichen Datensatzes von 2006 und der Vergleichsmöglichkeiten der Paneldaten möchte ich mich methodisch hier auf deskriptive Analysen beschränken. Im Anschluss an die allgemeine theo-

retische und historische Rahmung soll nun die anschauliche Aufbereitung der Daten Hinweise geben über den realen Status Quo im deutschsprachigen Raum.

Der Datensatz von 2006 scheint mir zunächst wegen seiner deutlich höheren Teilnehmerzahl aussagekräftiger, um den Stand der DJ Kultur in der digitalen Revolution abzubilden.¹²⁹ Der Wandel, der sich seitdem vollzogen hat und die Richtung angibt, in die sich das DJing bewegt, kann hingegen im direkten Vergleich der Panel-Daten von 2006 und 2008 beleuchtet werden. Hiermit werde ich die Hypothesen überprüfen und schließlich noch die Ergebnisse der neuen Items präsentieren.

Zu bedenken geben möchte ich bei der Bewertung der Ergebnisse mögliche Panel-Effekte, vor allem die höhere Wahrscheinlichkeit als Computer- und Internet-affiner Mensch regelmäßig seine Mails zu lesen und (wiederholt) bei Online-Umfragen teilzunehmen.

Zur Panel-Mortalität sei gesagt, dass immerhin 47 Teilnehmer des DJ SURVEY 2008 angaben mittlerweile kein DJ mehr zu sein. Nach der Bereinigung des Datensatzes blieben N=376, die den Fragebogen vollständig ausgefüllt haben und sich vollständigen Datensätzen von 2006 zuordnen ließen. Ausschließlich diese Fälle finden bei der Panel-Analyse Verwendung.

¹²⁹ Seit der Erhebung 2006 kamen sicherlich eine Reihe an neuen Sachtechniken und Kommunikations- oder Konsummöglichkeiten hinzu, jedoch mussten diesbezüglich keine Veränderungen im Fragebogen vorgenommen werden.

4.3 BESCHREIBUNG DER STICHPROBE DJ SURVEY 2006

Das Durchschnittsalter der Teilnehmenden liegt bei etwa 28 Jahren, der jüngste Teilnehmer ist 15, der älteste 51 Jahre alt (Median: 27). Der allergrößte Teil der Personen ist männlich, nur 3,3 % der Befragten sind Frauen. 92,2% der Probanden leben in Deutschland, 2,5% in der Schweiz, 3,5% in Österreich, nur 1,8% woanders. 77% der Teilnehmer geben an Club-DJ zu sein, rund 18% Radio-DJ. Als Turntableisten, also Instrumentalisten am Plattenspieler, bezeichneten sich 13% (Mehrfachnennung möglich).¹³⁰

An der Umfrage beteiligten sich nach eigener Aussage 25% professionelle und 28% Hobby-DJs. Den größten Anteil machen die Semi-Professionellen mit 47% aus. Im Durchschnitt sind die Teilnehmenden seit 8,85 Jahren aktiv als DJ (arithmetisches Mittel), wobei jeweils eine Person seit 0 und seit 39 angibt DJ zu sein. Der Median liegt bei 8 Jahren.

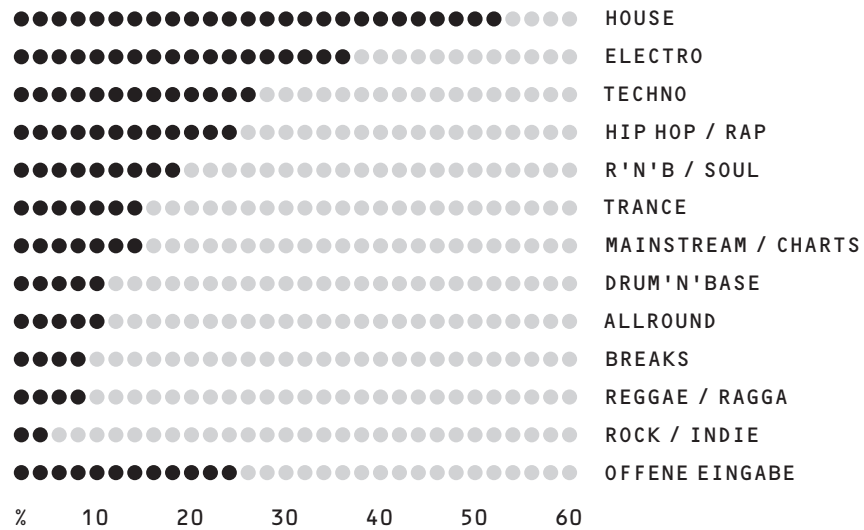
¹³⁰ Der Autor selbst hat im finalen Test mit Kenntnis der Fragen exakt 5 Minuten benötigt, das für Probanden selbst bei hoher Auffassungsgabe und schnellstem Weg durch die Filterführung nicht realistisch ist. Diejenigen Personen, die bei dieser Frage angegeben haben, kein DJ zu sein, sind bereits aus der Stichprobe herausgenommen, ebenso wie jene, die den Fragebogen in weniger als 5 Minuten ausgefüllt haben.

DIE MUSIKRICHTUNG

Aus einer Auswahlliste konnte man 3 Nennungen zum häufigsten Musikeinsatz wählen oder eine eigene Angabe machen.

Mehr als die Hälfte (52%) geben an House zu spielen, etwa 37% Electro, mehr als ein Viertel (27%) spielen Techno. Nach dieser großen Zahl von Vertretern der elektronischen Tanzmusik gruppieren sich DJs der Genres wie HipHop/Rap (24%) und RnB/Soul (18%) entsprechend der Grafik zu entnehmen.

Die Dominanz dieser Genres der elektronischen Musik und der häufig unter dem zweifelhaften Etikett „Black Music“ zusammengefassten Stilrichtungen Rap, RnB, Soul sind zum einen auf deren weite Verbreitung zurückzuführen als auch auf die historische Bedeutung des DJs für diese ‚disc cultures‘, wie bereits im ersten Teil der Arbeit besprochen.



QUELLE: DJ SURVEY 2006

MUSIK PRODUZIEREN UND VERÖFFENTLICHEN

Von den 55% die angeben Musik zu produzieren, haben 28 % bereits offiziell veröffentlicht, von 17% erschienen Remixe. 61% der Musikproduzenten geben an bei einem Label unter Vertrag zu sein, 57% veröffentlichen ihre Musik selbst. Eine Mehrfachnennung war hier möglich, da man nicht-exklusive vertragliche Bindungen mit Plattenfirmen haben kann, während man seine Musik gleichzeitig selbst vertreibt.

COMPUTERNUTZUNG

58% benutzten zum Zeitpunkt des DJ SURVEY 2006 keinen Computer zum Auflegen, 16% benutzten einen Laptop mit Vinyl-Control-System.

DER EINSTIEG

Bei der Einstiegstechnik fällt auf, dass mit 74% die meisten DJs mit Schallplattenspielern angefangen haben aufzulegen. Diese Zahl ist in Bezug zu setzen mit dem Mittelwert von fast 9 Jahren aktiver DJ-Zeit der Probanden. Die neueste Digitaltechnik wie Vinyl-Control ist erst seit einigen Jahren marktreif¹³¹ und zuverlässig. Immerhin fingen 22% ihre DJ-Karriere mit CD-Playern an.

„Die neue Technik macht es immer einfacher DJ zu werden.“ Dieser Aussage stimmten 68% voll und ganz oder eher zu. Dies bestätigt die im ersten Teil getroffenen Einschätzungen zur Demokratisierung und Absenkung der Eintrittsbarrieren.

MEDIENEINSATZ

Im Jahre 2006 kommen 62% aller von den SURVEY-Teilnehmern gespielten Stücke von Schallplatte (Mittelwert), 21% von CD und 17% sind Dateien, die mit Hilfe von Computern abgespielt werden.

¹³¹ etwa seit 2002, allerdings mit deutlichen Verbesserungen in den Folgejahren

4.4

ERGEBNISSE DER PANEL-ANALYSE : VERGLEICH 2006 / 2008

Mit den Vergleichsdaten der Teilnehmer, die zu beiden Messzeitpunkten den Fragebogen ausgefüllt haben, lassen sich nun die Hypothesen zum Wandel überprüfen. Die Operationalisierungen der einzelnen Hypothesen finden sich im Anhang, um an dieser Stelle eine erneute Auflistung aller neun Hypothesen zu vermeiden, zumal sie sehr eng mit einzelnen Fragebogen-Items verbunden sind.

Mit dem statistischen Testverfahren des Mittelwertsvergleiches werden die Zustimmungs-Items sowie die Prozentangaben ausgewertet und mit Hilfe des T-Test auf Signifikanz geprüft.¹³² Die dichotomen Variablen werden kreuztabeliert und mittels Chi-Quadrat-Test auf Signifikanz getestet.

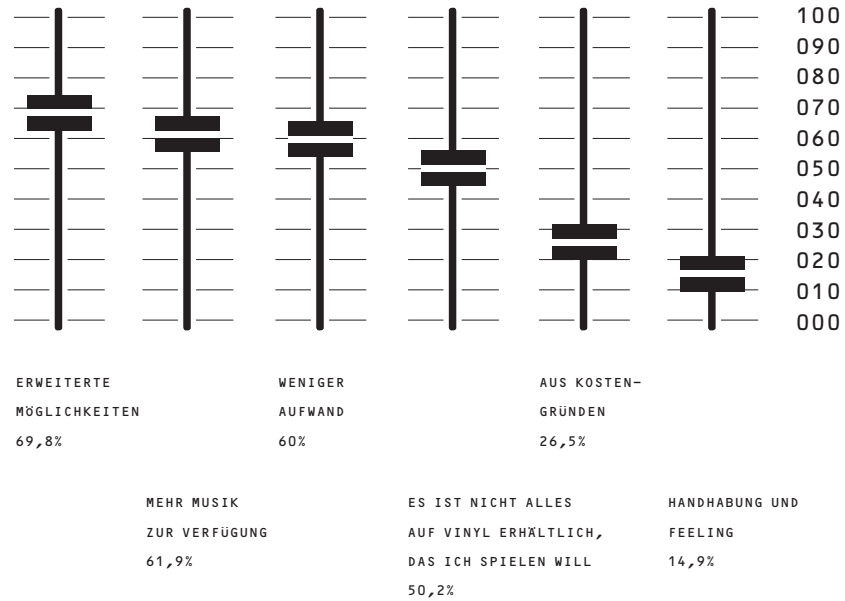
132 „stimme voll und ganz zu“ wurde dabei immer mit 1 codiert, „stimme eher zu“ mit 2, „stimme eher nicht zu“ mit 3 und „stimme überhaupt nicht zu“ mit 4. Die „weiß nicht“-Kategorie wurde als fehlender Wert aus der statistischen Berechnung ausgeschlossen. Mit dieser groben ordinalen Skalierung lassen sich keine allzu feinen Nuancen abbilden und kleine Veränderungen fallen verhältnismäßig stark ins Gewicht. Trotzdem kommt es bei der Messung des Mittelwerts und T-Test zu keiner Reduktion der vorhandenen Daten. Da die Variablen über eine vier-stufige Ratingskala erhoben wurden, weisen sie streng genommen lediglich ein ordinales Skalenniveau auf, womit ein Mittelwertsvergleich als Analyseverfahren eigentlich unzulässig wäre. Es wird diesbezüglich jedoch angenommen, dass diese Skalen, da äquidistant, als quasi-metrisch betrachtet werden können (vgl. Bortz 1999 : 27ff). Selbiges gilt auch für die sechs-stufige Ratingskala [nie (1), selten (2), manchmal (3), öfters (4), größtenteils (5) ausschließlich (6)], die unter H8 zum Einsatz kommt.

H1: Während zum ersten Messzeitpunkt t1 (2006) nur 41,8% der Befragten angaben einen Computer zum Auflegen zu benutzen, waren es bei t2 (2008) 61,3%. [Chi-Quadrat=6,83 ; p <.000] Die knapp 20% mehr Computernutzung sind ein signifikanter Hinweis, dass häufiger Laptop Computer beim DJing eingesetzt werden als zuvor.

Auf die Frage, warum man einen Computer benutze, wählten knapp 70% der Digital-DJs die Antwortvorgabe „erweiterte Möglichkeiten“ als Begründung, knapp 62% haben so „mehr Musik zur Verfügung“, während für ca. 50% der Computernutzer nicht alle Musik auf Vinyl verfügbar ist, die sie spielen möchten.

Um die 60% nannten „weniger Aufwand / weniger Gewicht“ als Kriterium, für ein Viertel der Nutzer sind die Kosten für Technik und Musikbeschaffung ausschlaggebend. Nur knapp 15% geben „Handhabung und Feeling“ als Begründung an. (Mehrfachnennungen waren möglich, sowie auch offene Eingaben von Gründen, die jedoch hier nicht mit einbezogen wurden).

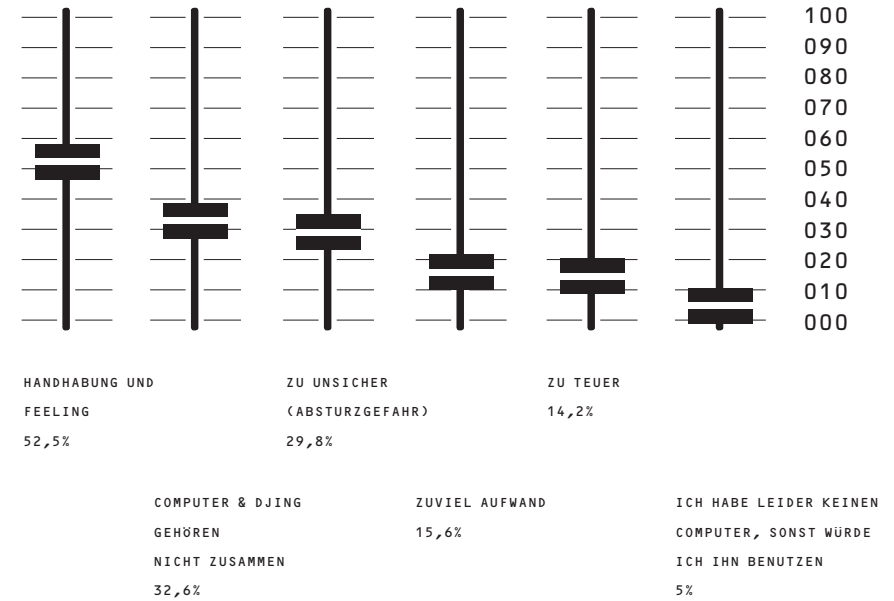
WARUM BENUTZT DU EINEN COMPUTER



QUELLE : DJ SURVEY 2008

Das letzte genannte Kriterium ist mit 52,5% gleichzeitig das meistgenannte, befragt man die Nicht-Nutzer, warum sie keinen Computer verwenden.

WARUM BENUTZT DU KEINEN COMPUTER



QUELLE : DJ SURVEY 2008

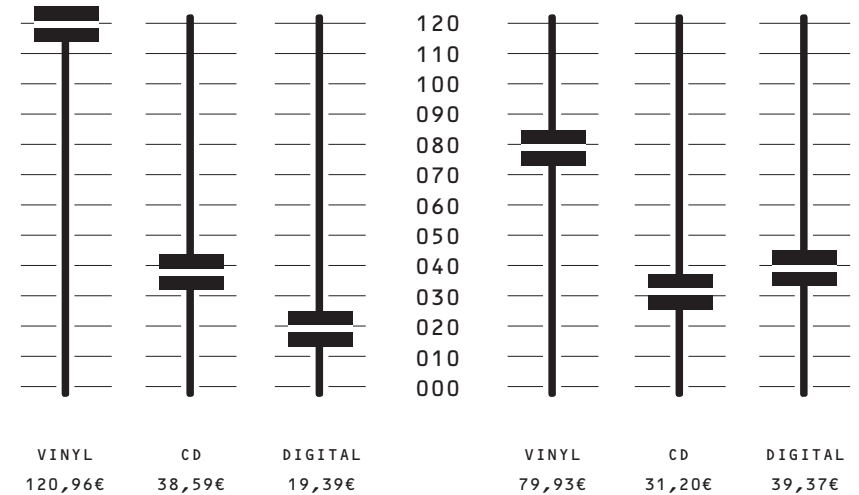
Mehr als 30% sind der Ansicht „Computer und Djing gehören nicht zusammen“, was also eher auf eine grundsätzliche, konservative als auf eine pragmatische Ablehnung von Computertechnik im Djing hindeutet. Ebenso um die 30% führen technische Unzulänglichkeiten und Absturz-gefahr der Laptops bei den besonderen Bedingungen unter denen Laptops im Djing eingesetzt werden an. Für

etwa 15% ist es mit „zu viel Aufwand“ verbunden. Vermutlich ziehen sie es vor nur mit ihren Tonträgern (CD oder Vinyl) an ihren Arbeitsplatz zu kommen ohne weitere Computertechnik mitzubringen, aufzubauen und zu verkabeln. 5% haben keinen Computer, aber geben an sie würden gerne einen benutzen.

H2: Anhand von Mittelwertsvergleichen der Ausgaben in € für die verschiedenen DJ-Medien ließ sich ein signifikanter Rückgang beim Vinyl ausmachen. [t(323) = 5,388 ; p <.000]

Gab ein Teilnehmer im Jahr 2006 durchschnittlich noch mehr als 120€ monatlich für Schallplatten aus, sind es 2008 weniger als 80€. An dieser Stelle erwähnenswert ist auch der nicht ganz so deutliche Rückgang der Mittelwerte für das digitale, aber physische Medium CD von 38,50€ auf 31,20€. [t(280) = 2,533 ; p <.050]

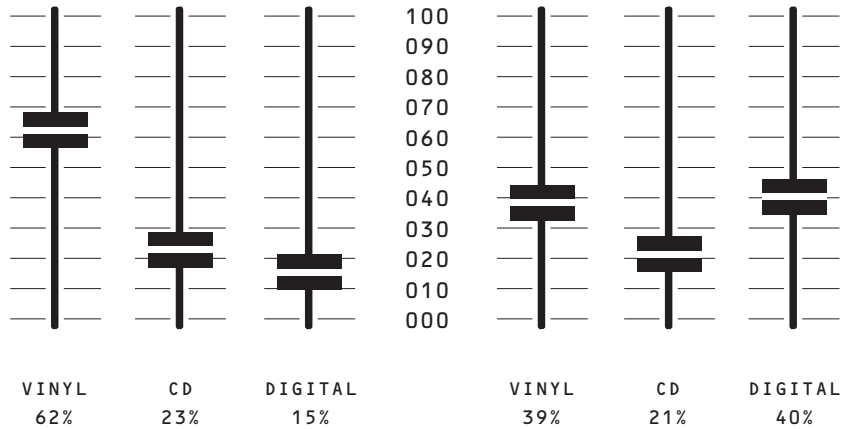
AUSGABEN FÜR MUSIK 2006 / 2008



QUELLE : DJ SURVEY PANEL 2006 / 2008

Betrachtet man die Prozentangaben des Medieneinsatzes beim Auflegen, lassen sich auch hier über die Mittelwerte deutliche Veränderungen feststellen.

MEDIENEINSATZ BEIM AUFLEGEN
2006 / 2008



QUELLE : DJ SURVEY PANEL 2006 / 2008

Betrug der Mittelwert des Prozentanteils von Schallplatten 2006 noch 61,7% sind es im Jahr 2008 nur noch 39%, was signifikant die Hypothese stützt, dass weniger physische, analoge Tonträger eingesetzt werden als zuvor. [t(324) = 11,737 ; p <.000]

H3: Die monatlichen Ausgaben für Musik in digitalen Datenformaten (wie etwa MP3) haben sich zwischen den zwei Erhebungszeitpunkten von durchschnittlich 19,40€ auf 39,40€ fast verdoppelt. [t(256) = -4,1 ; p <.000] Erwartungsgemäß kommen die digitalen Formate so auch deutlich häufiger zum Einsatz, zumal

die Musikstücke einzeln gekauft werden können und im Verhältnis zum Preis einer Schallplatte deutlich günstiger sind. Im Jahr 2006 lagen 15% der gespielten Stücke als digitale Datei vor, zwei Jahre später sind es mit 40% mehr als die von Schallplatte gespielten Stücke. [t(254) = -12,41 ; p <.000] Die Hypothese, dass mehr digitale Formate gekauft und eingesetzt werden als zuvor, wird durch signifikante Ergebnisse bekräftigt.

H4: Dass sich die Ausgaben für digitale Formate verdoppelt haben, der Einsatz aber sogar um den Faktor 2,66 zunimmt, könnte damit erklärt werden, dass mehr Musik unter Freunden oder illegal im Internet getauscht und heruntergeladen wird. Ein weiterer Grund könnte sein, dass speziell mehr digitale Musik gratis zur Promotion in Umlauf gebracht und eingesetzt wird.

Zum ersten Messzeitpunkt gaben 30,4% der Befragten an **keine** Musik zu Promotionzwecken zu erhalten. Im zweiten Durchgang waren es nur noch 28,3%; Kein großer Sprung, dennoch eine signifikante Veränderung auf 1%-Niveau. [Chi-Quadrat=6,744 ; p <.000]

Beim großen Anteil der DJs, die gratis Musik erhalten, nimmt außerdem der Einsatz an Promos von durchschnittlich 30,8% auf 40,6% aller gespielten Stücke deutlich zu, was ebenso einen signifikanten Zusammenhang darstellt, der die Hypothese von zunehmender digitaler Promotion stützt. [t(149)=-4,749; p <.000]

H5: Dass die Akzeptanz für digitales DJing steigt, lässt sich vor allem an der Zustimmung zu drei bestimmten Items festmachen, die beim T-Test allesamt signifikante Veränderungen des Mittelwerts ausweisen.¹³³

¹³³ siehe auch hier Fußnote 131

Bei der Aussage „Die DJs in meinem Umfeld halten nichts vom MP3 auflegen“ geht die Zustimmung signifikant zurück von durchschnittlich 2,64 auf 2,93. [t(345) = -4,998 ; p <.000] Während zum ersten Messzeitpunkt der Wert noch auf ein ausgeglichenes Verhältnis zwischen Zustimmung und Ablehnung hinweist¹³⁴, scheinen zum späteren Zeitpunkt signifikant weniger Befragte ein ablehnendes Umfeld zu haben. Ähnlich bei der Zustimmung zur Aussage „DJs in meinem persönlichen Umfeld sind skeptisch gegenüber dem Auflegen mit Laptop“. Diese geht von 2,69 weiter auf 2,88 zurück. [t(352) = -3,325 ; p <.050]

Der Mittelwert der Zustimmung zur Aussage „Von mir anerkannte prominente DJs nutzen die Möglichkeiten Musik vom Laptop zu spielen“ fällt währenddessen von 2,10 auf 1,76, was hier ein deutliches Mehr an Zustimmung bedeutet. [t(340) = 5,759 ; p <.000]

Die Hypothese der steigenden Akzeptanz durch die Nutzung digitaler Technik von Freunden, Bekannten oder respektierten, prominenten DJs wird durch die signifikanten Werte bei den vorgenommenen Tests unterstrichen.

H6: Zum ersten Messzeitpunkt gaben 56,2% der Panelisten, an selbst Musik zu produzieren, zwei Jahre später waren es 59,9%. Diese Tendenz stellt einen signifikanten Zuwachs auf 1%-Niveau dar und bekräftigt die Hypothese, dass immer mehr DJs auch Musik produzieren. [Chi-Quadrat=1,732 ; p <.000]

H7: Dass sich die Informationsbeschaffung über neue Musik weiter ins Digitale verlagert, zeigt der Rückgang bei den klassischen Musikmagazinen von 61,3% (Häufigkeit der Nennung) auf 58,8% [Chi-Quadrat=1,007 ; p <.000] und der

134 die Mitte der 4-stufigen Skalierung liegt bei 2,5

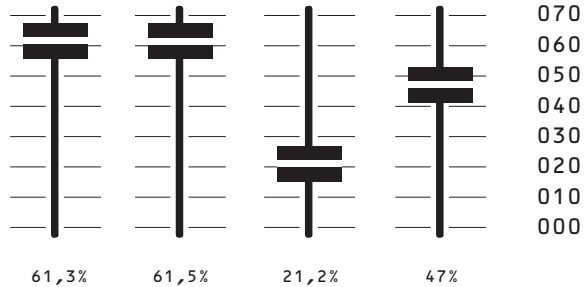
Bedeutungsverlust des Plattenladens als regelmäßige Informationsquelle von 61,5% auf 45,9%. [Chi-Quadrat=5,477 ; p <.000]

Internetforen verzeichnen einen Zuwachs von 47% auf 51,6% [Chi-Quadrat=3,633 ; p <.000] und die Download-Portale ersetzen mehr und mehr den Plattenladen. 21,2% nutzten zum ersten Messzeitpunkt das Angebot von Download-Portalen als Informationsquelle, zuletzt waren es mit 35,7% deutlich mehr Survey-Teilnehmer. [Chi-Quadrat=1,508 ; p <.000]

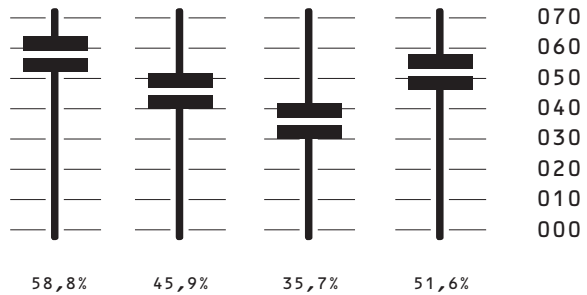
INFORMATIONSBESCHAFFUNG

MUSIK MAGAZINE PLATTEN LÄDEN DOWNLOAD PORTALE INTERNET FOREN

2006



2008



QUELLE : DJ SURVEY PANEL 2006 / 2008

118

Die Hypothese, dass sich die Informationsbeschaffung weiter ins Digitale verlagert, wird damit untermauert. Die digitale Revolution hat zudem die Verfügbarkeit von Musik stark erhöht. Die Panel-Teilnehmer hören vor diesem Hintergrund eine breitere Auswahl an Künstlern als zuvor. Die Information über Musik kann bei massenhafter Verfügbarkeit durch die Musik selbst ersetzt werden, indem man beim Hören selektiert, was möchte man behalten und auch zukünftig konsumieren. 2006 betrug der Mittelwert der Zustimmung zu dieser Aussage¹³⁵ 2,16. Im DJ SURVEY 2008 stieg die Zustimmung signifikant an auf einen Wert von 2,03. [t(354) = 2,434, ; p <.050]

H8: Dass sich die Musikbeschaffung ins Internet verlagert, lässt sich an der Häufigkeit der genutzten Quellen ablesen.¹³⁶

Die Panel-Teilnehmer kaufen signifikant weniger in großen Einzelhandelsketten, die jedoch ohnehin nicht zu den bevorzugten Quellen der Musikbeschaffung gehören. [t(364)=3,315 ; p <.050]

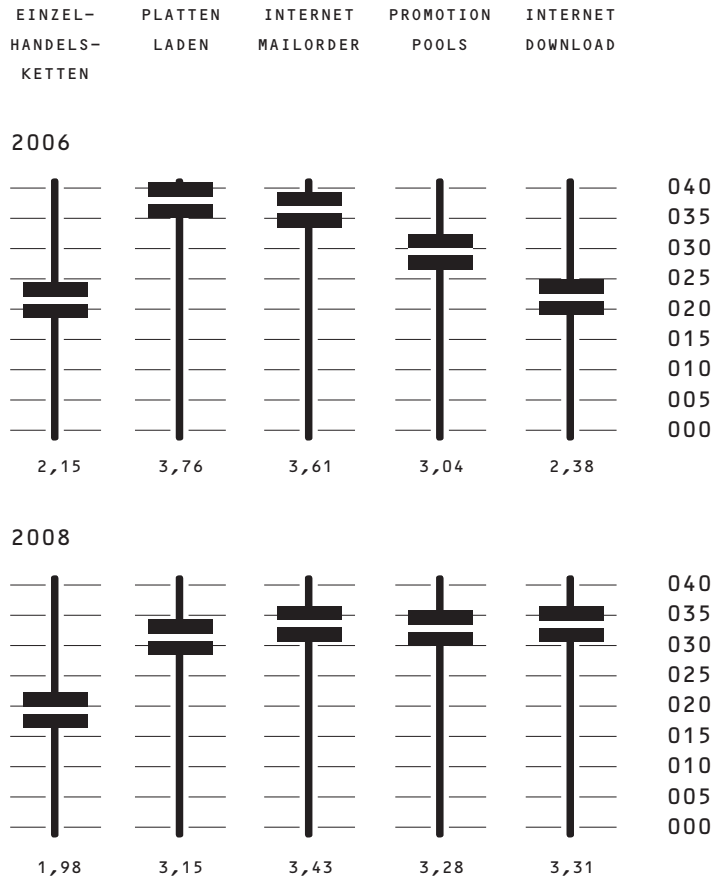
Wichtiger sind hier die unabhängigen Plattenläden. [t(364)=8,519 ; p <.000] Die verlieren aber deutlich an Zulauf, da sie hauptsächlich physische Tonträger - insbesondere Vinyl - anbieten. Gegenüber 2006 verlieren auch die Internet-Mailorder für Tonträger signifikant an Bedeutung, jedoch muss man diesen Rückgang in Bezug setzen zum drastischen Rückgang der Ausgaben für Schallplatten. [t(364)=2,039 ; p <.050]

¹³⁵ „Ich höre eine breitere Auswahl an Künstlern als zuvor.“

¹³⁶ Ähnlich den Zustimmung-Items kann der Mittelwert auf Grundlage der Codierung [nie (1), selten (2), manchmal (3), öfters (4), größtenteils (5) ausschließlich (6)] gebildet, verglichen und per T-Test auf Signifikanz getestet werden.

119

MUSIKBESCHAFFUNG



QUELLE : DJ SURVEY PANEL 2006 / 2008

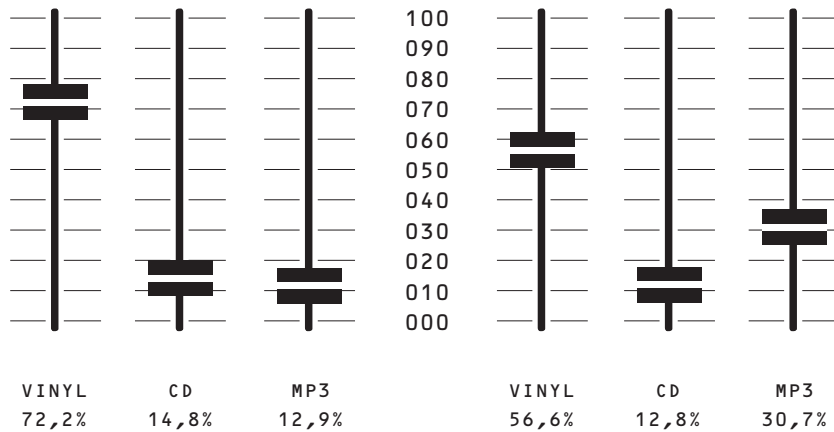
Wie sich schon bei H4 zeigte, sind Promotion-Pools eine wichtige Bezugsquelle für neue Musik. Auch diese Daten bestätigen einen Anstieg ihrer Bedeutung für die Musikbeschaffung. [t(229)=-2,934 ; p <.050]

Der zu erwartende deutliche Anstieg der Internet-Downloads analog zu H3 zeigt sich hier auch noch einmal gut im Vergleich zu anderen Quellen bei gleicher verwendeter Skalierung. [t(364)=-10,589 ; p <.000] Die Hypothese, dass sich die Musikbeschaffung ins Internet verlagert, wird von den gezeigten Ergebnissen unterstützt.

H9: Entgegen der Annahme, dass die Wertschätzung für das Medium Schallplatte mit fortschreitender Digitalisierung steigt, scheint das Gegenteil der Fall zu sein. Besonders auffällig zeigt sich dies an der Frage nach dem präferierten Format für eine hypothetische erste richtige Veröffentlichung der eigenen Musik. Wollten 2006 noch 72,3% der Befragten ihre Musik am liebsten auf Vinyl veröffentlichen, sind es zwei Jahre später nur noch 56,5%. Der Wunsch der eigenen CD war zum ersten Messzeitpunkt bei 14,8% der DJs am größten, zuletzt sind es noch 12,8%.

2008 möchten deutlich mehr der DJ SURVEY-Teilnehmer ihre Musik in digitaler Form ohne physischen Tonträger veröffentlicht und verkauft wissen. Von 12,9% stieg ihr Anteil auf 30,7%. [Chi-Quadrat=1,308 ; p <.000] Die Gründe hierfür dürften bei den erwähnten rationalen Faktoren zu suchen sein.

MEDIUM ERSTVERÖFFENTLICHUNG
2006 / 2008



QUELLE : DJ SURVEY PANEL 2006 / 2008

Während zwar, wie bei H2 und H3 dargestellt, bereits mehr digitale Dateien als Schallplatten gespielt werden, ist Vinyl bei der Frage nach der eigenen Veröffentlichung nach wie vor mit Abstand das beliebteste Medium. Diese Präferenz würde ich vor allem auf den beschriebenen Kult-Faktor zurückführen, der sich besonders auf die Musikkulturen bezieht, in denen das Medium traditionell eine wichtige Rolle spielte. Vertreter dieser ‚disc cultures‘ sind besonders häufig im Datensatz vertreten und könnten mit einer eigenen Schallplatte ihr subkulturelles Kapital vermehren. DJs die ohnehin nur Vinyl spielen, möchten

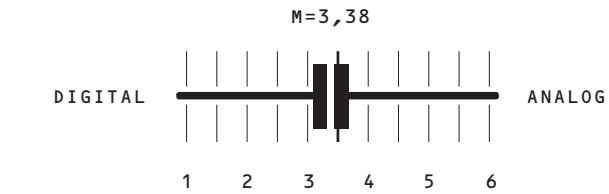
ihre Musik vermutlich auch in diesem Format haben, um sie auch selbst einsetzen zu können.

Auch im Jahr 2008 sind sich die DJs in der Gesamtheit nach wie vor relativ einig: „Die Schallplatte darf nicht aussterben“. Die hohe Zustimmung von 1,45 zu dieser Aussage unterstreicht, dass Vinyl immer noch als wichtiges Medium der DJ-Kultur anerkannt wird. Jedoch ist auch dieser Wert seit 2006 signifikant von 1,34 angestiegen, was darauf hinweist, dass es einem Teil der Panelisten nicht mehr ganz so wichtig zu sein scheint. [$t(337)=-2,842$; $p < .050$]

Die Hypothese muss nicht nur verworfen werden, sondern wider Erwarten ins Gegenteil umgekehrt werden: Die Wertschätzung für das Medium Schallplatte sinkt also.

4.5 POLARISIERUNG: ANALOG – DIGITAL / TRADITION – INNOVATION

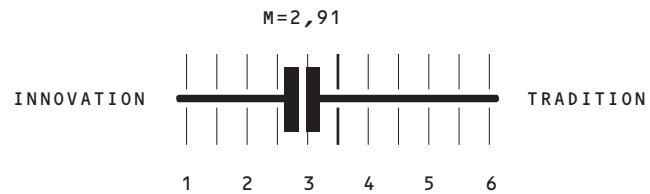
Die Teilnehmer des DJ SURVEY 2008 wurden gebeten sich zum Ende der Befragung noch auf einer 6er-Skala zwischen den Polen *digital* (1) und *analog* (6), sowie zwischen *Innovation* (1) und *Tradition* (6) zu verorten. Sollte das Panel in Zukunft fortgeführt werden, könnten hier interessante Verschiebungen sichtbar werden.



QUELLE : DJ SURVEY 2008

Die Ergebnisse zeigen, dass der Mittelwert 3,38 bei der Frage nach analog oder digital sich recht nah der Mitte (3,5) einpegelt (Median: 3), während sich jeweils etwa 14% der Befragten klar an einem der Pole positioniert haben.

Innovation scheint währenddessen für die DJs positiver konnotiert zu sein als Tradition. Mittelwert und Median liegen bei etwa 3. Nur 4,6% sehen sich klar als Traditionalisten (6), immerhin 13,9% als Innovateure (1).



QUELLE : DJ SURVEY 2008

5. FAZIT & AUSBLICK

FAZIT & AUSBLICK

In dieser Arbeit habe ich mich der Frage gewidmet, wie sich die DJ-Kultur durch den Einzug von Computertechnik und Netzwerktechnologie verändert hat. In einem theoretischen Teil wurden dafür zunächst wichtige Begriffsdefinitionen vorgenommen und die soziologische Perspektive vorgestellt. Es boten sich Bezüge zur Empirischen Musiksoziologie an, die mit den Methoden der empirischen Sozialforschung arbeitet, um die gesellschaftliche Umgebung von Musik zu analysieren. Mit techniksoziologischen Konzepten wurde eine differenzierte Analyse der Technostrukturen des DJing möglich.

Wichtige Informationen zur digitalen Revolution und ihren soziotechnischen Voraussetzungen – wie massenhafte Verbreitung von Computertechnik und die Digitalisierung der Musik – führten auf den zentralen Theorieteil zur digitalen Mediamorphose hin.

Im ersten von drei Analyseschritten wurde dann die Technik- und Medien-geschichte des DJing in Handlungstechniken, Sachtechnik und Technolo-gien gegliedert nachvollzogen und aktuelle Tendenzen der Computerisierung aufgezeigt. Hier ist deutlich geworden, dass es zu substanziellen kulturellen Veränderungen durch den Einfluss digitaler Technik kommt. Handlungs- und Sachtechniken, die zur ursprünglichen Form des DJing gehörten, können mehr und mehr durch Technologie und Computertechnik substituiert werden. Am Beispiel der Evolution von DJ-Technik wird deutlich, wie sich Technikentwicklung und Kulturpraxis gegenseitig beeinflussen und zu bedingen scheinen.

Vor dem Hintergrund größerer gesellschaftlicher Entwicklungen wie der

Durchdringung der Alltags- und Arbeitswelten von Computern wurden in einem zweiten Analyseschritt Kommunikation und Konsum der DJs im digitalen Zeitalter analysiert. Neue Möglichkeiten der Präsentation und der Informationsbeschaffung sowie neue Formen des Konsums und der kostenfreien Musikbeschaffung weisen auch hier auf tiefgreifende Veränderungen in Folge der digitalen Mediamorphose hin.

Die Spannungen, die solche Umwälzungen produzieren können, wurden versucht durch die Konfliktlinie zwischen analoger Tradition und digitaler Innovation systematisch zu erfassen. Dabei ließen sich eine Reihe von Faktoren isolieren, deren Zusammenspiel den DJ beeinflussen in der Wahl seiner Werkzeuge (Technik), seiner Rohstoffe (Musik auf Schallspeicherungs-Medien) und seiner Techniken, diese zu einem kulturellen Produkt zu verarbeiten.

Preis und Verfügbarkeit der Musik, Möglichkeiten der Archivierung und Ordnung, haptische, optische oder akustische Vorzüge bestimmter Medien sowie Kompatibilität mit existierenden Infrastruktursystemen ließen sich unter dem rationalen Faktor zusammenfassen. Mit dem Faktor Akzeptanz wurde eine soziale Komponente ausgemacht, die die Verbreitung bestimmter Technik und Techniken antreibt und andersherum zugleich von ihr beschleunigt wird. Nutzen mehr Freunde, Bekannte und respektierte Persönlichkeiten die neuen digitalen Möglichkeiten, so steigt die Akzeptanz und authentifiziert diese als legitimen Teil der DJ-Kultur. Schließlich wird die Enkulturation und Authentifizierung der Schallplatte zum Kult-Objekt, zum Träger von subkulturellem Kapital, als dritter Faktor erkannt. Zum einen liefert diese Analyse einen weiteren Erklärungsansatz, warum das analoge Medium Vinyl so eng mit der DJ-Kultur verknüpft ist, dass

seine Bedrohung durch digitale Technik kulturelle Konflikte produziert. Vor allem zeigt sie aber auch, dass der DJ in der Vermittlung von Musik eine wichtige Rolle spielt und – sofern er Originalität und Aura verkörpert – die Definitionsmacht besitzt, welches Medium als authentisch wahrgenommen wird. So wie die Schallplatte zur Tanzunterhaltung einen Prozess der Enkulturation hin zur Authentifizierung durchlaufen hat, an dem zahlreiche Akteure beteiligt waren, befinden wir uns aktuell inmitten dieser Prozesse für die digitalen, körperlosen Medien und die Computertechnik.

Zur subkulturellen Distinktion eignet sich die Benutzung von digitaler Technik wegen ihrer gesellschaftlichen Verbreitung weniger gut, und so ist davon auszugehen, dass sich in einer schrumpfenden Gruppe von Verfechtern des analogen DJing der Vinyl-Kult noch zuspitzt.

In der digitalen DJ-Welt besteht das subkulturelle Kapital nun vor allem aus Information und der Fähigkeit damit umzugehen, nicht mehr in dem Maße aus objektiviertem (sub)kulturellem Kapital wie etwa einer Sammlung von Tonträgern. Es wäre interessant an anderer Stelle der Frage nachzugehen, ob in bestimmten Fällen im Modell von Bourdieu zukünftig ein Platz eingerichtet werden sollte für eine digitale (körperlose, nicht-objektivierte) Form von kulturellem Kapital.

Da sich die Sachtechnik als Kombination aus Computern, technischen Gerätschaften und Software diversifiziert und weniger DJs einen einheitlichen Aufbau von Sachtechnik benutzen, wird es für sein Publikum in Zukunft wohl immer schwieriger nachzuvollziehen, worin die Tätigkeit und besondere Leistung eines DJ genau besteht.

Hierzu möchte diese Arbeit einen Beitrag leisten und trotzdem den Begriff ins digitale Zeitalter überführen, auch wenn längst nicht mehr jeder DJ („disc jockey“) ‚Platten‘ spielt. Dies zeigte nämlich eindeutig die empirische Überprüfung der entwickelten Hypothesen.

Die nötige Datengrundlage wurde mit dem DJ SURVEY und seinen zwei Messzeitpunkten Ende 2006 und Ende 2008 geschaffen. Das Umfrageprojekt wurde zunächst anhand des deutlich größeren Datensatzes von 2006 und seinen wichtigsten Eckpunkten vorgestellt. Die auf den Wandel der DJ-Kultur zielenden Hypothesen wurden daraufhin mit den Daten von 376 Panel-Teilnehmern überprüft, wobei die Ergebnisse ein deutliches Bild zeigen, in welche Richtung sich die DJ-Kultur im deutschsprachigen Raum zwischen 2006 und 2008 bewegt haben könnte. Als wichtigste Ergebnisse lassen sich vor allem vier Punkte ausmachen:

1. ES KOMMT VERMEHRT ZUR NUTZUNG DIGITALER TECHNIK UND MEDIEN, WÄHREND SICH KOMMUNIKATION UND KONSUM INS INTERNET VERLAGERN.

Schon mit der Erhebung DJ SURVEY 2006 war empirisch geklärt, dass ein erheblicher Anteil der DJs Computertechnik benutzt. Während andere Bereiche des Arbeits- und Alltagslebens – allen voran Musikproduktion und Tonträgerproduktion/-konsumption, die beide das DJing erst ermöglichen – bereits in den 1980er und 90er Jahren von der Digitalisierung zu profitieren wussten, konnte sich digitale Technik hier vorerst nicht etablieren.

Das hat jedoch nicht zwangsläufig etwas damit zu tun, dass unter den DJs überdurchschnittlich viele konservative, traditionsbewusste Puristen zu finden wären, sondern es müssen weitere Faktoren berücksichtigt werden. Eine kom-

plexe Infrastruktur aus Musikproduzenten, Plattenfirmen, Vertrieben und Läden versorgt die DJs mit ihrem wichtigsten Rohstoff Musik. Desweiteren stellt eine Elektroindustrie ihre Werkzeuge her und ist bemüht sich nach Gesetzen der Marktwirtschaft ihrer Nachfrage ein Angebot entgegenzusetzen oder aber durch Innovation eine Nachfrage zu schaffen. Nachdem die massenhafte Verbreitung des MP3-Formates die digitale Revolution für den Bereich der Musik eingeläutet und den Musikkonsum der Netzwerkgesellschaft grundlegend verändert hat, mussten zwangsläufig Transformationsprozesse folgen.

Als keine funktionierende und faire Infrastruktur zum Verkauf von digitaler Musik in ausreichend hoher Datenqualität existierte, blieben die Produzenten und Labels für DJ-Musik größtenteils bei der Veröffentlichung von Schallplatten. Viele DJs konnten so die Musik, die sie einsetzen wollten, ausschließlich auf Vinyl beziehen. Fortschritte in der Entwicklung von Hardware und Software sowie die Verbreitung von Laptop-Computern ermöglichten schließlich die Nutzung von Dateien im Sinne eines DJs.

2. DIE AKZEPTANZ FÜR DIGITALE DJING STEIGT MIT SEINER VERBREITUNG. ES ENTSTEHEN DERWEIL EIN „DIGITALER DRUCK“ UND NEUE ANFORDERUNGEN AN DIE DJS.

Pioniere lernten die neue Generation digitaler DJ-Technik bereits Anfang des 21. Jahrhunderts zu schätzen und begannen sie zu popularisieren. Entrepreneur und Investoren erkannten, dass die digitale Mediamorphose die DJ-Welt erreichen würde und investierten in Strukturen wie Vertriebe und Download-Portale für digitale Musik.

Hierauf zielten auch erste Labels, die begannen ihre Musik ausschließlich in Datenformaten anzubieten – zum einen kostenfrei (sog. Netlabels) zum anderen kostenpflichtig über entsprechende Vertriebe und Verkaufsstellen (digital only-Labels). Promotion-Firmen erkannten die kostengünstigen Möglichkeiten, ihre Arbeit zu rationalisieren und konzentrierten sich mehr und mehr auf den Versand von Download-Links und Dateien anstatt von teuren Schallplatten. Der Absatz der Vinyltonträger ging zurück und zwang auch renommierte Plattenfirmen der ‚disc cultures‘ zu einem folgenschweren, wenn auch wohl unvermeidlichen Paradigmenwechsel:

Nicht alle Musik, die veröffentlicht wird, bekommt einen physischen Träger. Daraus erwächst ein ‚digitaler Druck‘ auf den DJ, will er seiner Arbeit nachgehen, aus den Fluten von (neuer) Musik das Richtige auswählen und seinem Publikum präsentieren. Dieser ‚digitale Druck‘ entfaltet gleichzeitig eine Sogwirkung, die die drastischen empirischen Ergebnisse dieser Analyse erklären könnten. Die Überraschung dieser Arbeit besteht nämlich weniger darin, dass die Digitalisierung die DJ-Kultur erreicht hat, sondern vielmehr darin mit welcher Geschwindigkeit diese Transformationsprozesse aktuell abzulaufen scheinen.

Eine der Kernkompetenzen im Umgang mit dem Internet ist die Selektion von wichtiger und unwichtiger Information und so werden im digitalen Zeitalter eine ganze Reihe weiterer neuer Anforderungen an die DJs gestellt, zumal auch immer mehr Musik produziert wird. Wissensvorsprung und Erfahrung, Ideenreichtum, ästhetisches Empfinden und musikalisches Gespür bleiben nicht nur essentielles Kapital des DJs, sondern gewinnen dadurch an Bedeutung, dass nun viel mehr Menschen Zugang haben zum Werkzeug und den Rohstoffen des DJs.

Doch auch an die anderen beschriebenen Akteure – sei es auf Seiten der Hersteller, der Musikfirmen und -vertriebe, der Veranstalter und auch auf Seiten des Publikums – werden neue Anforderungen gestellt, um die Rolle und die Arbeit des DJs besser verstehen und bewerten zu können.

3. DIE WERTSCHÄTZUNG FÜR DAS ANALOGE MEDIUM SCHALLPLATTE SINKT.

Ich bin insbesondere nach der Analyse des Kult-Faktors davon ausgegangen, dass der symbolische Wert der Schallplatte in Zeiten der fortschreitenden Digitalisierung ansteigen würde, jedoch scheint das Gegenteil der Fall zu sein. Wie zum Ende der empirischen Analyse deutlich wurde, wird sie aber nach wie vor von den verfügbaren Medien am meisten geschätzt und auch noch zu großen Teilen eingesetzt. Diese Entwicklung weiterhin zu verfolgen erscheint mir hochspannend, wenn man bedenkt, dass nun Generationen von DJs nachrücken, die mit Computer- und Netzwerktechnologie und massenhafter Verfügbarkeit von Musik aufwachsen (sogenannte ‚digital natives‘).

4. ES HAT SICH IN DER DIGITALEN REVOLUTION ENTSPRECHEND EINE DIGITALE KULTUR DES DJINGS ENTWICKELT, DIE DESSEN TRADITIONELLE FORMEN BEDROHT, JEDOCH BISLANG NICHT ZERSTÖRT HAT.

Zieht man nun in Betracht, dass sich im letzten Jahrzehnt (unabhängig vom Djing) eine digitale Kultur entwickelt hat, die ständig neue Formen der Informationsbeschaffung, der Kommunikation (bsp. ‚social networking‘ / ‚Web 2.0‘ etc.), des Konsums (‚e-commerce‘) und auch des rechtlich umstrittenen

Datenaustausches (bsp. ‚filesharing‘ / ‚torrents‘ / ‚file-hosting‘) produziert, so kann man zu dem Schluss kommen, dass die DJ-Kultur als Ganzes die digitale Revolution überlebt hat. Sie scheint sich auf Grund kultureller Verankerungen etwas träge in die digitale Mediamorphose bewegt zu haben, hat jedoch eine digitale Kultur entwickelt, die zur Zeit mit einer traditionellen Form des ‚analogen‘ Djing koexistiert. Diese beiden Pole inspirieren und beeinflussen sich gegenseitig in einem Spannungsfeld, während sie sich in ihren Extremen widersprechen.

Eine weitergehende wissenschaftliche Herausforderung wäre das komplexe Zusammenspiel zwischen Akteuren der DJ-Kultur und soziotechnischen Entwicklungen mit einem weiter reichenden theoretischen Instrumentarium zu bearbeiten. Die Akteur-Netzwerk-Theorie scheint in diesem Zusammenhang ein geeignetes Werkzeug zu sein, um die dargestellten sozialen Verflechtungen zwischen Menschen und Dingen soziologisch weiter aufzuboahren. Insbesondere die technische Innovation, die schon immer wesentlicher Bestandteil und Antriebsmotor einer lebendigen DJ-Kultur war, könnte so weiter erschlossen werden.

Der Panel-Datensatz ist eine Grundlage, auf der man noch weitere Analysen und Hypothesentests durchführen könnte. Zusammenhänge zwischen verschiedenen Variablen ließen sich über statistische Analyseverfahren wie Korrelationen und Regressionen ermitteln, um die Einflussfaktoren für die dargestellten deskriptiven Ergebnisse noch klarer bestimmen zu können. Es könnten außerdem noch weitere spannende Items aus dem DJ SURVEY einbezogen werden, die hier keine oder kaum Erwähnung fanden.

Es wäre wünschenswert, mit einem Forschungsprojekt wie dem DJ SURVEY längerfristig den Wandel der DJ-Kultur zu beobachten und zu analysieren. Der Aufwand ist jedoch am Besten mit einer professionellen Struktur zu bewältigen, Interessenten aus Wissenschaft und Wirtschaft können hierzu gerne in Kontakt treten.

6. LITERATUR

LITERATURLISTE

Bammé, A. ; Berger, W. ; Kotzmann, E. (1989), Auf dem Wege zu einer Soziologie der Technik, in A. Bammé, ed., 'Technisierte Kultur. Beiträge zur Soziologie der Technik', VWGÖ, Wien, pp. 29-42.

Beckmann, R. (2002), *Der Plattenspieler als Musikinstrument*, Hochschule für Musik 'Carl Maria von Weber', Dresden.

Benjamin, W. (2003), *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*, Suhrkamp, Frankfurt am Main.

Blaukopf, K. (1989), *Beethovens Erben in der Mediamorphose : Kultur- und Medienpolitik für die elektronische Ära*, Niggli, Heiden.

Bortz, J. (1999), *Statistik für Sozialwissenschaftler*, Springer, Heidelberg / Berlin.

Bourdieu, P. (1981), Men and Machine, in K. Knorr-Cetina ; A. Cicourel, ed., 'Advances in Social Theory and Methodology. Toward an Integration of Micro- and Macro-Sociologies.', pp. 30-317.

Brewster, B. ; Broughton, F. (1999), *Last night a DJ saved my life. The history of the disc jockey*, Grove Press, London.

Bücheler, C. (1999), *Geschichte der Tonträger. Von der Erfindung der Schallplatte zu den digitalen Medien*, Hans Schneider, Tutzing.

Degele, N. (2002), *Einführung in die Techniksoziologie*, Fink, München.

Dolata, U. ; Werle, R. (2007), *Gesellschaft und die Macht der Technik : Sozioökonomischer und institutioneller Wandel durch Technisierung*, Campus, Frankfurt am Main.

Duden (2001), *Band 5 Fremdwörterbuch*, Dudenverlag, Leipzig / Mannheim.

Elborough, T. (2006), *Long-player Goodbye: How Vinyl Changed the World*, Sceptre, New York.

Esposito, E. (1993), 'Der Computer als Medium und Maschine', *Zeitschrift für Soziologie* Jg. 22 Heft 5, 336-354.

Feldhaus, T. (2007), 'Techno-Drehscheibe Parchim', *Feldhaus, Timo* 115 09-2007, 18-20.

Frith, S. (2004), Art vs Technology: The strange case of popular music., in S. Frith, ed., 'Popular Music. Critical concepts in media and cultural studies. Vol II', Routledge, London / New York, pp. 107-122.

Frith, S. (1992), The Industrialization of Popular Music, in J. Lull, ed., 'Popular Music and Communication', Sage Publications, California / London / New Delhi, pp. 49-74.

Gay, Leslie C. ; Lysloff, R. (2003), Introduction: Ethnomusicology in the Twenty-first Century., in L. Gay ; R. Lysloff, ed., 'Music and Technoculture', Wesleyan University Press, Middletown, pp. 1-22.

Hebdige, D. (1983), Subculture - Die Bedeutung von Stil., in D. Diederichsen ; D. Hebdige ; O. Marx, ed., 'Schocker - Stile und Moden der Subkultur', Rowohlt, Reinbek Hamburg, pp. 8-120.

Hirsch, H. (1987), *Schallplatten zwischen Kunst und Kommerz : Fakten, Tendenzen und Überlegungen zur Produktion und Verbreitung von Tonträgern*, Noetzel, Wilhelmshaven.

Hitzler, R. ; Pfadenhauer, M. (2008), 'Arbeitsalltag einer Kultfigur: Der Techno-DJ', *Aus Politik und Zeitgeschichte [Bundeszentrale für politische Bildung]* 52/2008, 33-38.

Joerges, B. (1988), *Technik im Alltag.*, Suhrkamp, Frankfurt am Main.

Klein, G. (2004), *Electronic Vibration*, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden.

Kneif, T. (1975), *Texte zur Musiksoziologie*, Arno Volk-Verlag, Köln.

Kusek, D. ; Leonhard, G. (2006), *Die Zukunft der Musik – Warum die Digitale Revolution die Musikindustrie retten wird*, Musikmarkt Verlag, München.

Lakeberg, H. (2007), 'Der MP3-Erfinder – Karlheinz Brandenburg', *De:Bug* 111 04-2007, 50-53.

Linde, H. (1982), Soziale Implikationen technischer Geräte, ihrer Entstehung und Verwendung, in R. Jokisch, ed., 'Techniksoziologie', Suhrkamp, Frankfurt am Main, pp. 1-31.

Linke, N. (1985), Musiksoziologie, in E. Kreft, ed., 'Lehrbuch der Musikwissenschaft', Verlag Schwann, Düsseldorf, pp. 499-529.

Maempel, H. J. (2007), Technologie und Transformation. Aspekte des Umgangs mit Musikproduktions- und -übertragungstechnik, in H. La Motte-Haber ; H. Neuhoff, ed., 'Musiksoziologie', Laaber, Laaber.

Moston, L. (2004), *Gemixte Gefühle – Der DJ als Opinion-Leader zwischen Kulturindustrie und Underground*, Westfälische Wilhelms-Universität, Münster.

Münch, R. (2007), Die soziologischesche Perspektive: Allgemeine Soziologie – Kultursoziologie -

Musiksoziologie, in H. La Motte-Haber ; H. Neuhoff, ed., 'Musiksoziologie', Laaber, Laaber.

Niemczyk, R. ; Schmidt, T. (2002), *From Scratch. Das DJ-Handbuch*, Kiepenheuer & Witsch, Köln.

Pasch, G. (2003), 'Digitalisierung der Medien.', *Aus Politik und Zeitgeschichte [Bundeszentrale für politische Bildung]* B 42 / 2003, 21-25.

Perlman, M. (2003), Consuming Audio. An Introduction to Tweak Theory, in L. Gay ; R. Lysloff, ed., 'Music and Technoculture', Wesleyan University Press, Middletown, pp. 346-357.

Pinch, T. ; Bijsterveld, K. (2003), 'Should One Applaud? Breaches and boundaries in the reception of new technology in music', *Technology and Culture* 44.3.

Poschardt, U. (2001), *DJ-Culture. Diskjockeys und Popkultur.*, Rowohlt, Reinbek bei Hamburg.

Rammert, W. (1993 Bd.1 / 2000 Bd.2), *Technik aus soziologischer Perspektive*, Westdeutscher Verlag, Opladen.

Rammert, W. (1998), *Technik und Sozialtheorie*, Campus, Frankfurt / New York.

Rammert, W. (1990), *Computerwelten - Alltagswelten : Wie verändert der Computer die soziale Wirklichkeit?*, Westdeutscher Verlag, Opladen.

Rammert, W. (1988), Techniksoziologie, in G. Edrueit ; G. Trommsdorf, ed., 'Wörterbuch der Soziologie', Enke, Stuttgart, pp. 724-735.

Renner, T. (2004), *Kinder, der Tod ist gar nicht so schlimm! Über die Zukunft der Musik- und Medienindustrie.*, Campus, Frankfurt am Main.

Ropohl, G. (2001), Das neue Technikverständnis, in G. Ropohl, ed., 'Erträge der Interdisziplinären Technikforschung. Eine Bilanz nach 20 Jahren', Erich Schmidt Verlag, Berlin, pp. 11-30.

Ropohl, G. (1985), *Die unvollkommene Technik*, Suhrkamp, Frankfurt am Main.

Ropohl, G. (1979), *Systemtheorie der Technik. Zur Grundlegung der Allgemeinen Technologie*, Hanser, München / Wien.

Röttgers, J. (2003), *Mix, Burn & R.I.P. Das Ende der Musikindustrie*, Heise Zeitschriften Verlag (Pdf-Version unter Creative Commons), Hannover.

Schöning, K. (1996), Die Technik – ein Instrument der Akustischen Kunst, in R. Frisius ; H. La Motte-Haber, ed., 'Musik und Technik', Schott, Mainz, pp. 63-78.

Smudits, A. (2007), Wandlungsprozesse der Musikkultur, in H. La Motte-Haber ; H. Neuhoff, ed., 'Musiksoziologie', Laaber, Laaber.

Stamm, M. (2001), 'Demokratisierung des Musizierens durch Maschinen', *PopScriptum 7. Musik und Maschine [Forschungszentrum für Populäre Musik]*.

Taylor, T. D. (2001), *Strange Sounds. Music, Technology and Culture*, Routledge, New York / London.

Thornton, S. (1996), *Club Cultures: Music, Media and Subcultural Capital*, Wesleyan University Press, Middletown.

Théberge, P. (2001), 'Plugged in': technology and popular music, in J. Street S. Frith ; W. Straw,

ed., 'Pop and Rock', Cambridge University Press, Cambridge, pp. 3-25.

Théberge, P. (1997), *Any sound you can imagine. Making music / Consuming technology*, Wesleyan University Press, Hanover / London.

Toop, D. (1992), *Rap Attack. African Jive bis Global HipHop.*, Hannibal, Höfen.

Vogt, S. (2005), *Clubräume – Freiräume. Musikalische Lebensentwürfe in den Jugendkulturen Berlins*, Bärenreiter, Kassel.

Volti, R. (1995), *Society and Technological Change*, St.Martin's Press, New York.

Warner, T. (2003), *Pop Music – Technology and Creativity*, Ashgate, Burlington / Hants.

Weingart, P. (1989), *Technik als sozialer Prozeß*, Suhrkamp, Frankfurt am Main.

Weiss, B. (2007), 'Praktische Lebenshilfe von Masteringlegende Bob Katz', *De:Bug 111 04-2007*, 54-55.

Wicke, P. (2007), Zwischen musikalischer Dienstleistung und künstlerischem Anspruch. Der Musiker in den populären Musikformen., in H. La Motte-Haber ; H. Neuhoff, ed., 'Musiksoziologie', Laaber, Laaber.

Wonneberg, F. (2007), *Vinyl-Lexikon : Fachbegriffe, Sammlerlatein, Praxistipps*, Schwarzkopf & Schwarzkopf, Berlin.

DIGITALE QUELLEN

Armstrong, E. (zuletzt eingesehen: 27.04.2009), 'Turning the tables on music: 'Scratching' records to create new sounds has become wildly popular. But are scratchers really musicians?'. <http://www.csmonitor.com/2002/0524/p13s01-alm.html>

Block, Amke ; Pohl, G. (2006 heruntergeladen: 24.01.2009), 'Musik im Internet', Deutscher Musikrat, Deutsches Musikinformationszentrum, Bonn. www.miz.org/static_de/themenportale/einfuehrungstexte_pdf/08_MedienRecherche/block.pdf

Diederichsen, D. (zuletzt eingesehen: 27.04.2009), 'Digitale Evolution', in: Spex 310. <http://www.spex.de/309/magazin.html>

Fikentscher, K. (zuletzt eingesehen: 27.04.2009), 'Supremely clubbed, devastatingly dubbed. Some observations on the nature of mixes on 12-inch dance singles', *Popular Music Studies*, Vol. 4, No. 1, *Popular Music Studies*, Vol. 4, No. 1. http://www.icce.rug.nl/~soundscapes/DATABASES/TRA/Supremely_clubbed.html

Miniwatts Marketing Group (zuletzt eingesehen: 27.04.2009), 'World Internet Usage Statistics News and World Population Stats'. <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>

Jecklin, J. (zuletzt eingesehen: 27.04.2009), 'Geschichte der Audiotechnik', Universität für Musik und darstellende Kunst, Wien. <http://www.mdw.ac.at/I101/iea/tm/scripts/jecklin/tt01geschichte.pdf>

Poelchau, S. (zuletzt eingesehen: 27.04.2009), 'Warum der DJ künftig "Fachkraft für Musikunterhaltung" heißen soll'. <http://jetzt.sueddeutsche.de/texte/anzeigen/358086>

Point Topic (zuletzt eingesehen: 27.04.2009), 'Global Broadband Statistics Database'. <http://point-topic.com/home/gbs/default.asp>

Remse, C. (zuletzt eingesehen: 27.04.2009), 'Mehr als eine Milliarde PC bis 2007'. <http://www.sueddeutsche.de/computer/353/322221/text/>

Wenzel, E. (24.06.08 zuletzt eingesehen: 27.04.2009), 'Studie ermittelt über eine Milliarde PCs weltweit'. http://www.zdnet.de/news/wirtschaft_unternehmen_business_studie_ermittelt_ueber_eine_milliarde_pcs_weltweit_story-39001020-39192549-1.htm

/ (zuletzt eingesehen: 27.04.2009), '1,1 Milliarden Internetanschlüsse weltweit'. http://www.digitalfernsehen.de/news/news_165005.html

/ (zuletzt eingesehen: 27.04.2009), 'Growing up digital'. <http://growingupdigital.com>

/ (zuletzt eingesehen: 27.04.2009), 'Berufsverband Discjockey e.V.'. <http://www.bvd-ev.de/>

/ (zuletzt eingesehen: 27.04.2009), 'The Edison Papers : Chronology 1879-1931 & Detailed Biography', Rutgers, The State University of New Jersey. <http://edison.rutgers.edu/chron2.htm>

